

SKJØNNLITTERATURENS FORFØRELSESSTRATEGIER
- EN ANALYSE AV PARATEKSTER

AV
YNGVIL BEYER

MASTEROPPGAVE I MEDIEVITENSKAP
INSTITUTT FOR MEDIER OG KOMMUNIKASJON
UNIVERSITETET I OSLO
VÅREN 2006

SAMMENDRAG

Denne oppgaven er en teoretisk og empirisk studie av paratekster knyttet til skjønnlitterære bøker.

Hva får oss til å velge en bok? En viktig innsikt er at vi ikke kan velge å lese en bok ut fra boka selv. Den kjenner vi jo ikke før vi har lest den. Det er altså noe utenfor selve teksten som får oss til å velge den. Dette *noe* er det jeg i oppgaven kaller paratekster. Oppgaven er basert på Gérard Genettes teori om paratekster, men jeg har valgt å utvide paratekstbegrepet noe i forhold til Genettes bruk av det. Jeg argumenterer for at begrepet kan omfatte alle tekster som peker mot teksten, inkludert for eksempel anmeldelser. Bakgrunnen for mitt valg er at jeg i oppgaven har ønsket å analysere paratekster som er med på å synliggjøre bøkene, og jeg har valgt å fokusere på paratekster som har en introduserende og veiledende funksjon for leseren. I oppgaven presenterer jeg også en kritikk av enkelte deler av Genettes teori om paratekster, basert på en artikkel av Georg Stanitzek. Jeg diskuterer i hvilken grad jeg mener kritikken er relevant og hvilke innsikter den gir.

Oppgavens problemstilling er *Hvilke funksjoner har skjønnlitterære bokers paratekster?* Henvendelsenes uttrykksmåter viser tydeligst paratekstenes funksjoner. Disse henvendelsesmåtene kaller jeg *forførelsesstrategier*. I oppgaven har jeg påvist seks ulike forførelsesstrategier som brukes for å nå fram til leserne: taushetsstrategien, utropsstrategien, oppfølgerstrategien, gourmetstrategien, personfokusstrategien og parodistrategien.

ABSTRACT

This thesis is a theoretical and empirical study of paratexts related to fictional books.

What makes us choose a book? An important realization is that we cannot choose to read a book based on the book itself, because we don't know it before we have read it. It is something outside the text itself that makes us decide it's worth reading. This *something* is what I analyse as paratexts in this thesis. The thesis is based on Gérard Genette's theory on paratexts, but I have chosen to use a wider definition of the term paratext than Genette does. I argue that the concept may include all texts that in some way call attention to the book, including i.e. book reviews. The reason for widening the concept is that I want to analyse paratexts that make books visible. I focus on paratexts that have an introductory and guiding function for the reader. In the thesis I also present a critique against some parts of Genette's paratext theory, based on an article by Georg Stanitzek. I discuss to what degree I find the critique relevant and what insights it gives.

The main research question is *What are the functions of the paratexts of fiction books?* The styles of communication turned out to be the best indication of the functions of the paratexts. This became clear through the strategies for seduction I point out, used to reach the readers: the strategy of silence, the strategy of exclamation, the strategy of follow-up, the strategy of gourmet, the strategy of author focus, and the strategy of parody.

FORORD OG TAKK

Det har tatt lang tid å få skrevet denne masteroppgaven, men lengst og tyngst var tiden før arbeidet begynte, før ideene jeg hadde fant sin form. Etter at prosjektet endelig var formulert, har det først og fremst vært morsomt og spennende, og jeg har blitt overrasket over hvor raskt arbeidet har gått. Ideene som surret så lenge var nok derfor ikke helt uten verdi likevel.

Det er flere som fortjener en takk for at denne oppgaven nå foreligger. Først og fremst vil jeg takke min dyktige veileder Birgit Hertzberg Kaare (H-05 og V-06) for svært engasjert, rask og konstruktiv veiledning. Jeg vil også takke Espen Ytreberg for råd i en tidlig fase, og Anders Fagerjord for råd i innspurten. Astrid Urdal skal ha takk for korrekturlesning og gode tips til forbedringer, og Olahenning Bergseng takkes for hjelp med behandling av billedmaterialet. Jeg takker Gérard Genette for *Seuils*, og Asbjørn Jensen for spesielt interessante bokomslag.

Kristin og Eilif, dere har gjort denne jobben lett for meg. All den fine tiden vi har sammen har både gjort meg i stand til og motivert til å arbeide målrettet og effektivt.

Forskningsparken 18.05.06

Yngvil Beyer

1. INNLEDNING	1
PARATEKSTER OG SKJØNNLITTERÆRE BØKER	1
PROBLEMSTILLING	2
OPPGAVENS GANG	4
2. TEORETISK UTGANGSPUNKT – OM PARATEKSTBEGREPET	5
PARATEKSTBEGREPET HOS GÉRARD GENETTE	5
PARATEKSTBEGREPET I BRUK AV ANDRE	5
PARATEKSTBEGREPET I DENNE OPPGAVEN	7
EN UTVIDELSE AV PARATEKSTBEGREPET	7
OG EN AVGRENSNING: PARATEKSTER SOM INTRODUSERENDE ELEMENT	8
TRANSTEKSTUALITET: EN BEGREPSAVKLARING	8
INTERTEKSTUALITET	9
METATEKSTUALITET	10
HYPERTEKSTUALITET	10
ARKITEKSTUALITET	11
PARATEKSTENES KJENNETEGN	12
HVEM ER ANSVARLIG FOR PARATEKSTENS FORM OG INNHOLD?	12
PARATEKSTENS FORHOLD TIL TID	13
PARATEKSTENS FUNKSJONER	13
PARATEKSTENES MEDIUM ELLER BÆRER	15
PARATEKSTENS HOVEDTEMA	16
PARATEKSTENS PUBLIKUM	16
STEDET PARATEKSTENE BEFINNER SEG PÅ	16
ULIKE PARATEKSTER	17
PERITEKSTER	18
EPITEKSTER	19
PARATEKSTER – EN OPPSUMMERING	21
3. METODISK TILNÆRMING OG KILDEVALG	23
HUMANISTISK METODE – FINNES DET?	23
GENETTE OG SOLHJELL OM METODE	24
UTVALG	25
DE FÅ UTVALGTE	26
ANALYSEMATERIALE	26
KILDER	26
KOMMUNIKATIVE STRATEGIER	27
4. ANALYSE AV PARATEKSTER – ULIKE STRATEGIER	29
TAUSHETSSTRATEGIEN – <i>THE CATCHER IN THE RYE</i>	30
J. D. SALINGERS KRAV	30
SALINGERS ØNSKE	31
FOKUS PÅ TITTEL	33
UTROPSSTRATEGIEN – <i>FÅ MEG PÅ, FOR FAEN</i>	35
ROMAN JAKOBSONS SEKS KOMMUNIKASJONSFUNKSJONER	35
TITTELENS ROP, OMSLAGETS BЛИK – KONTAKTSKAPENDE KOMMUNIKASJON	36

AVSENDEREN SØKER ØKT TROVERDIGHET	38
BLOGGEN SOM PARATEKST	39
SKODDEHEIMEN – ET SAMVIRKE AV UTROP, UTSIKT OG INNSYN	41
OPPFØLGERSTRATEGIEN – EREMITTKREPSENE	43
BAKSIDETEKSTEN	44
FORTSETTELSESMOMENTETS TILSTEDEVÆRELSE I BOKMELDINGENE	45
BOKHANDLERPRISEN	46
BOKHANDLERFORENINGENS BESTSELGERLISTER	49
INTERTEKSTUALITET GIR ØKT SALG	51
EFFEKTEN AV EN SUKSESS	51
GOURMETSTRATEGIEN – LA DEN RETTE KOMME INN	53
SERIE OG SERIEDESIGN	53
BLURB – MINI-ESSAY SOM PRESENTASJON	55
MINI-ESSAY – EN HYBRID	57
MED TANKE PÅ KJENNERNE AV LITTERATUREN	59
PERSONFOKUSSTRATEGIEN – ZAHIR	61
OM Å DØMME EN BOK ETTER PARATEKSTENE	61
GRABABILITY – VISUELLE PARATEKSTER	63
BLURB FRA HELE VERDEN	66
TITTELENS ALLUSJONER TIL VERDENSLITTERATUREN	66
FORFATTERENS DOBBELTROLLE	67
PARODISTRATEGIEN – MADONNA-GÅTEN	70
VISUELL ETTERLIKNING OG PARODI	71
PARODISK BLURB: ÅBSURD, SELVIRONISK, SELVMOTSIGENDE, TABLOID OG SALGSHEMMENDE	71
NETTBASERTE PARATEKSTER – PARODI OG UTVIDELSE AV BOKAS UNIVERS	72
HUMOR I PARATEKSTER	73
PARATEKSTER – STRATEGIER, FUNKSJONER, TRANSTEKSTUALITET	76
STRATEGIER FOR Å FRISTE LESERE	76
PARATEKSTENES KJENNETEGN OG FUNKSJONER	76
PARATEKSTENES TRANSTEKSTUALITET	79
5. GJENSYN MED PARATEKSTBEGREPET	83
KRITIKK AV GENETTES PARATEKSTTEORI	83
PARATEKSTTEORIENS POTENSIAL	86
PARATEKSTER OG FORFØRELSESSTRATEGIER	87
6. OPPSUMMERING, KONKLUSJON OG ETTERTANKE	89
PARATEKSTER – OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	89
HVA KOMMUNISERES VED BRUK AV PARATEKSTER?	89
HVORDAN KAN PARATEKSTENES HENVENDELSE BESKRIVES?	91
HVORDAN BRUKES DE ULIKE FORMENE FOR PARATEKSTER?	92
HVILKE FUNKSJONER HAR SKJØNNLITTERÆRE BØKERS PARATEKSTER?	93
PARATEKSTBEGREPET – TIL ETTERTANKE	93
REFERANSER	97
NETTSTEDER	100
FIGURER	101

I. INNLEDNING

Boka jeg leser for tiden ligger på stuebordet hjemme. Jeg sitter og blar litt i en avis, og i det hun som sitter ved siden av meg tar opp boka mi, kikker jeg litt nysgjerrig over avisen. Hun leser forsiden, snur boka for å se bakpå, blar seg så til innsideklaffene, og kikker deretter helt bakerst i boka, så helt framme. Hun ser undrende ut og legger boka stille tilbake, neppe særlig mye klokere på hva jeg leser. Jeg ser opp, og forteller henne at det hun opplevde nå er noe av det masteroppgaven min skal handle om.

Forresten leser jeg J.D. Salingers *The catcher in the rye*.

PARATEKSTER OG SKJØNNLITTERÆRE BØKER

Bakgrunnen for arbeidet med denne masteroppgaven er to interesser som viste seg å kunne kombineres i én studie: Paratekstbegrepet har opptatt meg og forundret meg siden første gang jeg leste om det, i forbindelse med kulturstudier for flere år siden. Interessen for bøker har fulgt meg hele livet. Paratekstene er med på å virkeliggjøre bøkene, tenkte jeg, og ønsket å undersøke nærmere hvordan de fungerer.

Teorien om paratekster er utviklet og beskrevet av den franske litteraturteoretikeren Gérard Genette, primært i hans bok *Seuils* (1987). Den engelske oversettelsen, som jeg baserer meg på i denne oppgaven, har tittelen *Paratexts – Thresholds of interpretation* (1997). Begrepet paratekst er utviklet av Genette gjennom flere bøker, som til sammen utgjør en trilogi om ulike former for det han kaller transtekstualitet. I tillegg til *Seuils* inngår *Introduction à l'architexte* (1979 [eng. utg. 1992]) og *Palimpsestes: la littérature au second degré* (1982 [eng. utg. 1997]) i trilogien. I den første boka skriver Genette om sin interesse for tekstbegrepet, at "the text interests me (only) in its *textual transcendence* – namely, everything that brings it into relation (manifest or hidden) with other texts. I call that *transtextuality*" (Genette 1992: 81). Genette nevner intertekstualitet, metatekstualitet, paratekstualitet og arkitekstualitet som former for transtekstualitet (ibid: 81-83). Her definerer han paratekstualitet som "relationships of imitation and transformation, which pastiche and parody can give us an idea of, or rather two ideas, for they're very different" (ibid: 82). I den neste boka har han beskrevet dette fenomenet med et annet ord,

hypertekstualitet (Genette 1997b: 7), og begrepet paratekstualitet brukes om en til da av ham ubeskrevet tekstlig forbindelse, de såkalte terskeltekstene. Disse beskriver han, endelig, i alle sine former, i *Seuils*. Seuils er fransk for terskel. Paratekster er tekster som befinner seg i litteraturens randsoner (Røssaak 2001), de befinner seg mellom selve verket og verden utenfor, slik en dørterskel befinner seg mellom rommet den leder inn til og verden utenfor. Slike tekster er for eksempel forfatterens navn, bokas tittel, omslaget, forord, fotnoter og liknende.

Gjennom mitt arbeid i bokhandel har jeg fått muligheten til ikke bare å lese bøkene, men også å følge med på hva som skjer i bokbransjen. Jeg har fattet en særlig interesse for hvilke elementer som spiller inn på folks valg av skjønnlitterære bøker. Ved de siste årenes arbeid i en bokhandel som forsøker å være noe annet enn ”alle andre”¹, har jeg blitt særlig oppmerksom på at et valg av bok ofte avhenger av hvordan den presenteres. Hvert år er det noen få bøker som får særskilt mye oppmerksomhet, ”alle” later til å lese dem. En nokså enkel, men likevel viktig, innsikt er at vi ikke kan velge å lese en bok ut fra boka selv, for den kjenner vi ikke før vi har lest den. Dermed er det altså noe utenfor selve teksten som får oss til å (begynne å) lese den. Dette *noe* er det jeg i oppgaven vil analysere som paratekster.

PROBLEMSTILLING

Tittelen på denne oppgaven er ”Skjønnlitteraturens forførelsesstrategier – en analyse av paratekster”. Valget av nettopp denne tittelen er basert på min antakelse eller hypotese om at paratekster kan brukes av avsenderen som middel for forførelse av mottakeren. Jeg ønsker å undersøke om det finnes ulike strategier for slik forførelse, det vil si ulike måter å forsøke å fange potensielle leserers oppmerksomhet på. Oppgavens siktemål blir derfor å undersøke og beskrive hvordan paratekster knyttet til skjønnlitterære utgivelser er utformet på ulike måter. Jeg ønsker å legge vekt på det *særegne* ved de ulike utgivelsenes bruk av paratekster, som jeg tolker som uttrykk for ulike strategier.

Den overordnede problemstillingen jeg arbeider med i denne oppgaven lyder slik:

¹ Tronsmo bokhandel

Hvilke funksjoner² har skjønnlitterære utgivelsers paratekster³?

For å søke svar på dette spørsmålet vil jeg studere ulike parateksters meningsinnhold, henvendelse og bruk. De nevnte perspektivene er ment å presisere og utdype hovedproblemstillingen, og er formulert mer konkret i følgende spørsmål:

- *Hva kommuniseres ved bruk av paratekster?*
- *Hvordan kan paratekstenes henvendelse beskrives?*
- *Hvordan brukes de ulike formene for paratekster?*

Disse spørsmålene belyses ved hjelp av analyser av oppgavens empiriske materiale og diskusjoner i etterkant av analysene. I forkant av analysene gjør jeg rede for de teoretiske og metodiske premissene analysene bygger på.

Beskrivelsen av hva som undersøkes og søkes forklart, kan presiseres ved å gjøre rede for de spørsmål oppgaven ikke søker å gi svar på. I kommunikasjonsteori står begrepene avsender, budskap og mottaker sentralt, vi snakker gjerne om produksjonsstudier, tekstanalyse og resepsjonsforskning. Paratekstteorien er orientert mot selve tekstene. Analysen av paratekster gir neppe svar på mottakernes resepsjon av tekstene, men den kan i visse tilfeller si noe om avsenders intensjoner. Analysen av paratekster er altså en form for tekstanalyse, og jeg vil i denne oppgaven begrense meg til å anvende ulike tekstanalytiske perspektiver og teorier.

En problemstilling tar ofte utgangspunkt i en hypotese, en ”foreløpig antakelse som stilles opp for å forklare et fenomen” (Berulfsen og Gundersen 2004). I arbeidet med analysen baserer jeg meg på en antakelse om at paratektbegrepet er velegnet til å analysere og gi en god forståelse av skjønnlitterære teksters ytre rammer. Jeg anser paratekstene som uttrykk for forførelsesstrategier. Genettes bruk av begrepsapparatet er imidlertid fundert i andre

² Jeg velger å bruke ordet ”funksjon” fordi både Genette og Dag Solhjell (som også har forsket på paratekster, og er en viktig inspirator for meg i denne oppgaven) bruker det, selv om begrepet ikke har en entydig betydning.

³ Jeg vil i oppgaven studere paratekster i forhold til et noe avgrenset paratektbegrep, nærmere definert i kapittel to i avsnittet ”Paratektbegrepet i denne oppgaven”.

spørsmål enn de jeg stiller i denne oppgaven. Hvorvidt min antakelse stemmer, vil jeg diskutere i oppgavens siste kapittel.

OPPGAVENS GANG

Etter dette innledningskapittelet følger et teoretisk kapittel med en grundig gjennomgang av paratekstbegrepet, både slik det er definert og brukt av andre, og slik jeg vil bruke det i denne oppgaven. Deretter, i kapittel tre, gjør jeg rede for oppgavens empiri, og begrunner utvalgene jeg har gjort. I kapittel fire kommer oppgavens analysedel, som består av seks analyser knyttet sammen av en innledning og en oppsummering. I kapittel fem vender jeg mer konkret tilbake til oppgavens teoretiske utgangspunkt, men her med et kritisk blikk på teorien om paratekster. Kritikken er basert på en artikkel av Georg Stanitzek, og jeg diskuterer i hvilken grad jeg mener kritikken er relevant og hvilke innsikter den gir. Oppgaven avsluttes med et kapittel der jeg oppsummerer og presiserer oppgavens viktigste funn, samt diskuterer mitt syn på paratekstbegrepet etter å ha arbeidet med det i denne oppgaven.

2. TEORETISK UTGANGSPUNKT – OM PARATEKSTBEGREPET

Paratekstbegrepet ble introdusert allerede i oppgavens innledning, for å skissere oppgavens tematikk. I dette kapitlet følger en grundigere gjennomgang av begrepet. For å gjøre de teoretiske perspektivene jeg benytter i oppgaven lettere tilgjengelig, har jeg valgt i første omgang kun å konsentrere meg om paratekstteori, og andre former for transtekstualitet, og presentere de øvrige teoretiske perspektivene i analysekapitlet, første gang jeg bruker dem.

PARATEKSTBEGREPET HOS GÉRARD GENETTE

”The paratext is what enables a text to become a book and to be offered as such to its readers and, more generally, to the public” (Genette 1997a: 1). Mer spesifikt er dette “those liminal devices – titles, signs of authorship, dedications, epigraphs, prefaces, notes, intertitles, epilogues, and the like - that mediate the relations between the text and reader” (Macksey 1997: xi).

Genette mener paratekstene i stor grad har vært neglisjert i forskningen på skjønnlitteratur. Hans mål er å sette i fokus kategorier som, til nå, har blitt ignorert eller misforstått (Genette 1997a: 14). Genette studerer først og fremst paratekstenes innflytelse på fortolkninger av teksten. Han tar særlig for seg paratekster som befinner seg inne i selve boka, men som ikke strengt tatt hører med til den lineære teksten, som forord, fotnoter, titler og undertitler, dedikasjoner. Han beskriver også elementer som forfatterens navn, smussomslaget og forleggerens formatsmessige valg.

Jeg vil komme tilbake til Genette og redegjøre for hans begrepsapparat, men først vil jeg kort presentere annen forskning som tar utgangspunkt i paratekstbegrepet, samt min bruk av det i denne oppgaven.

PARATEKSTBEGREPET I BRUK AV ANDRE

Kunstsosiolog Dag Solhjell bruker paratekstbegrepet som utgangspunkt for sin teori om kunstformidling. Han skriver:

”Jeg har tatt meg den frihet å stjele dette begrepet fra litteraturteorien, utvide det noe og latt det betegne alle de tekster, tegn og andre synlige henvisninger og innretninger som omgir billedkunstverk der de frembys for betraktning, og som (re)-presenterer dem, deres opphavspersoner og deres formidlere. Paratekstene på utstillinger (og andre formidlingsbegivenheter) gjør de utstilte gjenstander eller handlinger (...) tilstedeværende og betydningsbærende som kunstverk, som tekster” (Solhjell 2001: 27).

Utvidelsene og avgrensningen jeg foretar nedenfor er inspirert av lesningen av Solhjells bok. Hans konstruktive omgang med, og utvidelse av, begrepet har fått meg til å vurdere formidling av bøker på en ny måte. Paratekstbegrepet slik Solhjell bruker det vil forhåpentlig vise seg å være konstruktivt i studiet av hvordan bøker presenteres, og jeg håper det kan gi innsikt i de ulike elementenes funksjon.

Det bør nevnes at også andre forskere har latt seg inspirere av Genette og hans paratekstbegrep. En av dem er den danske medieforskeren og franskfilologen Finn Frandsen. Han har skrevet artikkelen ”Avisens paratekst - et nyt område for medieforskningen”. Frandsens hovedpoeng i artikkelen er at ”[e]n ny teoretisk og analytisk opmærksomhed omkring parateksten – og ikke mindst avisens paratekst – kan være endnu et skridt på vej mod en mere detaljeret opfattelse af denne tekstuelle heterogenitet” (Frandsen 1991: 96)⁴.

Paratekstbegrepet er også blitt drøftet i en avhandling om mediegenealogi og medietypologi på Internett av Anja Bechmann Petersen (2003). Hun bruker begrepet, i sammenheng med andre typer transtekstualiteter (se senere avsnitt), i en diskusjon av strukturer som kan ”forklare relationen mellem diskurstyper og de faktiske internetproduktioner” (Petersen 2003: 115).

Begrepet er altså av flere brukt utenfor sin opprinnelige begrensede betydning, og kan, tror jeg, med hell brukes på flere av medievitenskapens områder.

⁴ Frandsen arbeider med et doktorgradsprosjekt kalt ”Status, Structure and Function of the Paratext in French Newspaper Texts: A Text Linguistic Analysis”.

PARATEKSTBEGREPET I DENNE OPPGAVEN

Som Solhjell, tar jeg meg den frihet å stjele dette begrepet, denne gang tilbake til litteraturens felt, men til tekster som ligger *rundt* de skjønnlitterære tekstene. Jeg trekker veksler både på Genette og Solhjell i min bruk av begrepet. Jeg vil starte med å foreta noen begrepsmessige avklaringer.

EN UTVIDELSE AV PARATEKSTBEGREPET

Genettes definisjon av paratekstbegrepet begrenser det til tekster som stammer fra forfatteren av teksten, eller som er intenderte eller autoriserte av denne. Paratekstenes funksjon er imidlertid å presentere eller re-presentere teksten, "to ensure the text's presence in the world" (Genette 1997a: 1). Rent funksjonsmessig er det ingen grunn til å reservere paratekstbegrepet for elementer der forfatteren er avsender. Disse trenger ikke å skille seg fra tekster der andre instanser er avsender, også andre sørger for tekstens (fortsatte) eksistens. Parateksten er en terskel, eller en vestibyle, skriver Genette, som "offers the world at large the possibility of either stepping inside or turning back" (ibid.:2).

"[M]any future readers become acquainted with a book thanks to, for example, an interview with the author (if not a magazine review or a recommendation by word of mouth, neither of which, according to our conventions, generally belongs to the paratext, which is characterized by an authorial intention and assumption of responsibility)" (ibid.: 3).

Genette skriver her om inngangsporter til litteraturen som han mener ikke er paratekster, fordi bokas forfatter ikke kan sees som avsender. Disse terskeltekstene er imidlertid også viktige, særlig som et første møte med boka, som en stadfestelse av dens eksistens og eventuelle interesse for potensielle lesere.

Det er altså en del forhold rundt bøker Genette ikke inkluderer i paratekstbegrepet, men som jeg mener kan inkluderes; Genette mener smussomslagsteksten er paratekst, jeg mener at også en avisomtale er det. Jeg ønsker i oppgaven å bruke paratekstbegrepet om *alt som på en eller annen måte peker mot boka, og som potensielt er tilgjengelig for en bokkjøper*.

OG EN AVGRENSNING: PARATEKSTER SOM INTRODUSERENDE ELEMENT

Jeg vil i denne oppgaven bruke et noe avgrenset paratekstbegrep. Det vanligste er å anse paratekstene som et viktig element i leserens fortolkning av selve teksten. Jeg velger imidlertid for mitt formål å begrense meg til å undersøke paratekstenes funksjon forut for og uavhengig av leserens møte med selve teksten. Jeg har valgt å konsentrere meg om paratekstenes *introduserende* og *veiledende* funksjon for leseren og ikke fokusere på deres fortolkende funksjon. Dermed er bokomslagene viktige, mens fotnotene er uviktige, for meg i denne undersøkelsen. Tittel, forfatter, forfatterens status, forlagets presentasjon av boka, utstilling i bokhandel og avisomtale er også elementer jeg anser som relevante. At omtale av ulik art er viktig, viser en undersøkelse gjennomført av MMI i 2000: ”De fleste kjøper bøker på bakgrunn av bokanmeldelser og anbefalinger fra venner og familie”⁵.

TRANSTEKSTUALITET: EN BEGREPSAVKLARING

Paratekst har jeg allerede, med Genette, definert som terskeltekster. Det dreier seg om tekst som står i relasjon til en annen tekst, som peker mot denne andre teksten, som presenterer, representerer, forklarer eller definerer teksten. Jeg vil i dette avsnittet se på parateksten i forhold til andre typer tekstuelle forbindelser. La meg bare først gjøre det klart at jeg med ”tekst” forholder meg til et utvidet tekstbegrep, slik det er brukt og definert av blant andre Peter Larsen, som en ”fellesbetegnelse for medienes meddelelser” (Larsen 1999: 19). I tillegg til den verbalspråklige teksten omfatter det altså også andre typer sammenføyninger av betydningselementer. Dermed kan for eksempel et bokomslag sees som en tekst, bestående av flere andre tekster, det være seg tegninger, småtekster, fotografier eller grafiske uttrykk.

Genette befatter seg i bøkene *The Architext* ([1979] 1992) og *Palimpsests* ([1982] 1997) med transtekstualitet, definert som ”everything that brings it [the text] into relation (manifest or hidden) with other texts” (Genette 1992: 81). Han skiller mellom fem nivåer, rangert etter grad av ”abstraction, implication and globality”: intertekstualitet, paratekstualitet, metatekstualitet, hypertekstualitet og arkitekstualitet (Genette 1997b: 8-

⁵ ”Bøker og lesere - markedsundersøkelse 2000” – Pressemelding fra Den Norske Forleggerforening
Tilgjengelig: [12.11.05] http://www.forleggerforeningen.no/presse_munders.htm

12). Som vi vil se ligger de ulike transtekstualitetene svært tett opp mot hverandre, og er til en viss grad også overlappende.

INTERTEKSTUALITET

Intertekstualitet er et begrep introdusert av Julia Kristeva i 1967, i et essay om Mikhail Bakhtin. Kristeva følger opp Bakhtins idé om at enhver tekst er "en mosaikk" av foregående tekster, "any text is the absorption and transformation of another" (Kristeva 1986: 37). Intertekstualitet benevner det forholdet at tekster tar opp i seg og forandrer foregående tekster.

John Fiske skiller mellom horisontal og vertikal intertekstualitet. Det første viser til relasjonen mellom to primære tekster knyttet sammen av sjanger, karakter eller innhold. Vertikal intertekstualitet finner vi mellom en primær tekst og andre tekster som refererer eksplisitt til denne. "These may be secondary texts such as studio publicity, journalistic features, or criticism, or tertiary texts produced by the viewers themselves in the form of a letter to the press or, more importantly, of gossip and conversation" (Fiske 1987: 108). Fiske skriver spesielt om intertekstualitet i forhold til ulike publikumsgruppers bruk av fjernsynsinnholdet. "Studying a text's intertextual relations can provide us with valuable clues to the readings that a particular culture or subculture is likely to produce from it" (ibid.). "These secondary texts (...) work to promote the circulation of selected meanings of the primary texts" (ibid.: 117).

Genette definerer intertekstualitet, i relativt snever betydning, som "a relation of co-presence between two texts or among several texts: that is to say, eidetically and typically as the actual presence of one text within another" (Genette 1997b: 2). Sitering, der en tekst ved bruk av anførselstegn samtidig er nærværende og fraværende, er det mest åpenbare eksempelet, men også plagiering og hentydninger av ulike slag inngår i Genettes definisjon av begrepet.

Genette understreker at de ulike formene for transtekstualitet ikke utelukker hverandre. Paratekster kan bestå av intertekstuelle elementer, for eksempel bruk av sitater på et omslag, eller oppsummeringen av, eller utdrag fra en bok på baksiden av denne.

METATEKSTUALITET

Metatekst, eller metatekstuell diskurs, er et begrep som, i følge førsteamanuensis ved Institutt for fagspråk og interkulturell kommunikasjon ved NHH Trine Dahl, beskriver forfatteren som synlig i teksten, metateksten organiserer teksten for leseren, for eksempel ved at forfatteren skriver ”Så langt har jeg forsøkt”, eller ”Vi skal nå fokusere på” (Dahl 2004: 1812). Metatekst kan også defineres som tekst om teksten. Metatekstualitet beskrives av Genette som det transtekstuelle forhold som binder en kommentar til teksten den kommenterer, uten nødvendigvis å sitere denne. ”All literary critics, for centuries, have been producing metatext without knowing it” (Genette 1992: 82). Mens intertekstualitet, i følge Petersen, som støtter seg til Genette, handler om relasjonen mellom primære tekster, dreier metatekstualitet seg om forholdet mellom primære og sekundære tekster (Petersen 2003: 114). Hun nevner kataloger og anmeldelser som eksempler på metatekst. Fiske inkluderer forholdet mellom primære tekster og andre tekster i intertekstualitetsbegrepet, ved å opprette skillet mellom horisontal og vertikal intertekstualitet. Fiskes definisjon av vertikal intertekstualitet ser altså ut til å samsvare med Genettes definisjon av metatekstualitet. Man kan også hevde at det som skiller Genettes paratekstbegrep fra metatekst (og vertikal intertekstualitet) er hvorvidt forfatteren er ansvarlig for teksten. Ut fra denne definisjonen er det videre mulig å si at jeg i min utvidelse av paratekstbegrepet inkluderer enkelte former for metatekst, som av meg vil bli studert *som* paratekst.

HYPERTEKSTUALITET

Hypertekst defineres i *Fremmedord blå ordbok* som ”elektronisk lagrede dokumenter med mulighet for kryssreferanser og kopling av informasjon mellom dokumentene” (Berulfsen og Gundersen 2004). Hypertekstualitet er ut fra denne definisjonen en ikke-lineær tekstuell kobling mellom elektronisk lagrede tekster. I følge lingvist, kommunikasjonsteoretiker og journalistikkforsker Martin Engebretsen, oppfatter mange begrepet som uatskillelig fra datateknologien, som en betegnelse for tekster tilgjengelige over Internett og den strukturelle forbindelsen mellom disse (Engebretsen 2001). Han gir en definisjon av hypertekst ut fra et lingvistisk, kommunikasjons- og medieteoretisk ståsted, og skiller mellom en teknologibasert og en lingvistisk basert forståelse av begrepet:

”*Hypertekst* kan – på samme måte som *tekst* – defineres både som en abstrakt, språklig størrelse og som et teknologisk betinget produkt. Som lingvistisk begrep betegner det et *språklig nivå over tekstnivå*, der tekster eller tekstelementer er koplet sammen uavhengig av lineære strukturer. Som produkt betegner det et *system av tekster eller tekstelementer* som ved hjelp av teknologi er sammenkoplet i henhold til det lingvistiske begrepet” (Engebretsen 2001).

Genette definerer hypertekstualitet som det forholdet som knytter en tekst B (som han kaller hypertekst) til en tidligere tekst A (som han kaller hypotekst), som den er podet til på en måte ulik kommentaren (Genette 1997b: 5) (som jo er metatekstualitetens måte). Hyperteksten er i følge Genette enten en enkel omforming, eller, i en mer indirekte transformasjon, en imitasjon (ibid.: 7). Andre eksempler på omforminger er pastisj og parodi. Denne definisjonen kan vi ut fra Engebretsens skille kalle lingvistisk snarere enn teknologisk fundert.

I bruken av hypertekstbegrepet som et teknologisk betinget produkt er det vanskelig å finne koblinger mellom paratekstualitet slik begrepet er definert i denne oppgaven. Jeg vil imidlertid i analysen undersøke om Genettes definisjon av begrepet kan fungere som en tilnærming når jeg analyserer paratekster som imiterer og parodierer andre bøkens paratekster.

ARKITEKSTUALITET

Arkitekstualitet er den mest abstrakte og implisitte av de transtekstuelle kategoriene, det er ”the entire set of general or transcendent categories – types of discourse, modes of enunciation, literary genres – from which emerges each singular text” (ibid.: 1), det dreier seg om forholdet som binder enhver tekst til de ulike diskurser den er en representant for. Ideen om arkitekstualitet er Genettes måte å gjøre rede for hvordan en sjanger oppstår og utvikles. Arkitekstualitet har liten sammenheng med paratekstualitet annet enn at begge begrepene beskriver forholdet mellom tekster, og jeg anser ikke begrepet som relevant for undersøkelsen jeg har til hensikt å gjøre i denne oppgaven.

PARATEKSTENES KJENNETEGN

Hvorfor og hvordan skal så paratekstene undersøkes? Genette skriver at "[t]he approach we will take in studying these elements (...) is to consider a certain number of features that (...) allow us to define the status of the paratextual message, whatever it may be" (Genette 1997a: 4). Ikke ulikt skriver Solhjell at "[d]en prinsipielle definisjonen av paratekster bør (...) følges opp av en nærmere bestemmelse av kjennetegn ved deres fremtoning og virkning, som til sammen tillater oss å studere deres betydning i kunstformidlingen" (Sohljell 2001: 83). Solhjell presiserer at hans fremstilling av paratekster er langt fra å være en fullstendig oversikt, og Genette kaller sin bok en foreløpig introduksjon. De tar altså begge forbehold, men presenterer en tilnærmet lik liste over paratekstenes kjennetegn (Sohljell 2001: 83):

1. *hvem* som har ansvar for dem
2. deres forhold til *tid*
3. deres *funksjon* i forhold til teksten
4. hvilket *medium* som bærer dem
5. hvilket *hovedtema* de har
6. hvem som er *beregnet lesere* av paratekster
7. *stedet* paratekstene befinner seg på

Jeg vil nå se nærmere på hvordan Genette og Solhjell utdyper analysen av paratekstenes kjennetegn, særlig med hensyn til den type paratekster jeg vil undersøke.

HVEM ER ANSVARLIG FOR PARATEKSTENS FORM OG INNHOLD?

Når det gjelder hvem som kan være den ansvarlige, altså avsenderen av parateksten, gjør Solhjell, som beskrevet over, en utvidelse i forhold til Genette, han inkluderer det han kaller "mer perifere formidlere", som kan være alt fra kritikere til lærere, fra sponsorer til deg eller meg. Solhjell begrunner sin utvidelse med at "i kunstlivet er det langt kraftigere paratekster rundt kunstverket enn rundt en skjønnlitterær tekst" (ibid.: 85). Jeg mener det er gode grunner for å bruke Solhjells utvidelse også i analysen av presentasjon av litteratur, fordi fokuset på nettopp presentasjon åpner for å inkludere alt eller alle som på en eller annen måte bidrar til presentasjonen. Solhjell begrunner undersøkelsen av tekstens

avsender med at i ”tolkningen av paratekster bør man kjenne til hvilke *interesser* den ansvarlige har i paratekstens *virkning*” (ibid.: 84).

PARATEKSTENS FORHOLD TIL TID

I undersøkelsen av paratekster bør man redegjøre for hvorvidt parateksten publiseres før, samtidig som eller etter teksten, og hvilke konsekvenser dette har for dens forhold til teksten. Genette undersøker tidsperspektivet og knytter dette til ulike funksjoner. Genette har imidlertid et lengre perspektiv på paratekstene enn det jeg vil anvende i denne oppgaven. Han skriver blant annet om bøker som har endret tittel med årene (for eksempel *På sporet av den tapte tid*), bøker som har fått nye forord i nye utgaver, og også om paratekster som på et eller annet tidspunkt forsvinner. Paratekstene som skal undersøkes i denne oppgaven vil være mer eller mindre samtidige med tekstene de er tilknyttet, med kun små forskyvninger i tid. Presseomtale og katalogtekster presenteres gjerne litt før selve boka utgis, anmeldelser må nødvendigvis komme etter at boka er publisert.

PARATEKSTENS FUNKSJONER

Genette fremhever at undersøkelsen av paratekstenes funksjoner er selve hovedpoenget med studiet av paratekster. ”The functions of the paratext (...) constitute a highly empirical and highly diversified object that must be brought into focus inductively, genre by genre and often species by species” (Genette 1997a: 13). Han beskriver paratekstenes, i større eller mindre grad, illokusjonære kraft som alt fra ren informasjon, til en bestemmelse, en forpliktelse, et råd eller en ordre (ibid.: 10-11). Illokusjonær betyr det man gjør med en ytring. Begrepet kommer fra J.L. Austins språkhandlingsteori, som beskriver ulike nivåer for egenskaper ved språkhandlinger. Austin skiller mellom lokusjonære, illokusjonære og perlokusjonære handlinger, som betegner hvordan en ytring henholdsvis betegner noe i virkeligheten, gjør noe og søker å skape en effekt hos mottakeren (Østbye 1997: 71). Slik jeg ser det har ikke paratekster bare en illokusjonær kraft, de kan, som jeg vil komme tilbake til i analysen, også være skapt med den hensikt å skape en effekt hos leseren, og har altså også en perlokusjonær kraft.

Også Solhjell vektlegger undersøkelsen av paratekstenes funksjoner:

”Paratekster har ofte flere funksjoner, men ikke alle er like viktige. En og samme paratekst kan ha ulike funksjoner i ulike situasjoner. Eksempelvis har en kunstkritikk en funksjon som samtidig, en annen funksjon som historisk dokumentasjon. Kritikken har én funksjon i avisen, en annen når den er klippet ut og henger i galleriet [eller i bokhandelen/er sakset til et opptrykk av boka]” (Solhjell 2001: 87, min klammeparentes).

Solhjell gjør rede for syv ulike funksjoner paratekster, i følge ham, kan ha.

1) Parateksten har per definisjon en demonstrativ, eller *påpekende*, funksjon, den påpeker at det finnes en tekst her. Dette kan parateksten gjøre på ulike måter; ved å være et indeksikalsk tegn, som tittelen på forsiden viser at bak permene finnes det en tekst, det vi senere tenker på som boka; ved ikonografisk å vise noe, som en stabel av bøker som viser at her er det en bok noen forventer vil appellere til mange.

2) Parateksten har også per definisjon en *kontekstuell* funksjon. ”Kontekstene etablerer relasjoner mellom kunstverk og noe utenfor kunstverkene, som bidrar til å gi dem mening” (Solhjell 2001: 26). Et eksempel er at et verk ofte plasseres i en kontekst ved å referere til andre verk av samme forfatter. Konteksten(e) ”gir det eller de perspektiver betraktningen (...) skal skje under” (ibid.).

3) Mange av paratekstene har gjerne en *hermeneutisk* funksjon. Hermeneutikk betyr tolkningslære, og handler enkelt sagt om hva det vil si å forstå noe og hvordan man kommer fram til en forståelse (Gripsrud 1999: 136). Tittelen på en bok er ofte et moment i teksten vi er ekstra oppmerksomme på, den fungerer styrende for resten av lesningen, den har altså en hermeneutisk funksjon. En anmeldelse eller en baksidetekst kan også ha en hermeneutisk funksjon for leseren.

4) Paratekstene har ofte en *retorisk* funksjon. ”Den retoriske hensikt finnes ofte i den overbevisende eller flatterende konteksten parateksten søker å sette kunstverket og formidleren i” (Solhjell 2001: 86). Sentralt i analysen av paratekster står nettopp deres overbevisningsmidler, hvordan forsøker parateksten å overbevise? Dette undersøkes lettest ved en kritisk analyse, skriver Solhjell.

5) Den viktigste parateksten med *kritiserende* funksjon er litteraturkritikken, eller en (medie)debatt om et verk. Det dreier seg om å bedømme kvaliteten på verket. Det vites imidlertid ikke om det viktigste er om eller i hvor stor grad en utgivelse i det hele tatt får avisomtale, eller om det er omtalens karakter som er av størst betydning for salget. Noen mener altså at slakt er bedre enn ingen omtale i det hele tatt.

6) Paratekster kan ha en *autentiserende* funksjon som for eksempel garanterer verkets ekthet. For Solhjells analyseobjekt er dette spesielt interessant, forfalskninger av kunstverk er ikke helt uvanlig. For litteraturen stiller det seg noe annerledes, men navnet på forfatteren eller forlaget er eksempler på paratekster som har en autentiserende funksjon.

7) Den siste funksjonen Solhjell mener vi bør identifisere er en *økonomisk* eller *markedsførende* funksjon (ibid.: 87). En boks tittel bidrar til å definere boka som et objekt for omsetning. Genette skriver om hvordan tittelen er mye mer utbredt enn verket selv, fordi den brukes som betegnelse for hele verket – for eksempel sier vi: Har du lest ...?

PARATEKSTENES MEDIUM ELLER BÆRER

Genette skriver at nesten alle paratekstene han undersøker er tekstlige, eller i det minste verbale. Men, skriver han, vi må ”bear in mind the paratextual value that may be vested in other types of manifestation: these may be iconic (...), material (...), or purely factual. By *factual* I mean the paratext that consists (...) of a fact whose existence alone (...) influences how the text is received” (Genette 1997a: 7). Forfatterens alder eller kjønn er eksempler på slike fakta. ”Do we ever read ‘a novel by a woman’ exactly as we read ‘a novel’ plain and simple, that is, a novel by a man,” spør Genette (ibid.). Også andre opplysninger om forfatteren vil ofte ha betydning for om boka i det hele tatt når ut i offentligheten, og i hvilken grad den oppnår oppmerksomhet.

I diskusjonen av paratekstens medium eller bærer skiller Solhjell seg fra Genette når det gjelder mangfold. Her trer utstillingslokalet for alvor fram i Solhjells beskrivelse. Når det gjelder definisjonen av paratektbegrepet tror jeg Solhjell har noe å tilføre, på mange måter kan utstillingslokalet jevnføres med bokhandelen, og for eksempel kan en stabel av den samme boka nettopp sees som en paratekst.

I tittelens tilfelle er verket selv medium for parateksten. Tittelen er imidlertid mye brukt i andre paratekster – i liste over forfatterens verk i andre bøker hun har skrevet, som benevnelse når vi skriver eller snakker om verket, i forlagets katalog/liste og så videre.

PARATEKSTENS HOVEDTEMA

Paratekster kan handle om forfatteren, for eksempel en tekst om forfatteren på bokas omslag eller et portrettintervju, om selve boka, enten i en anmeldelse eller på baksiden av boka, eller om bokas salgstall, rangert i forhold til andre titler på en bestselgerliste, eller opplagstall offentliggjort av forlaget. ”Noen paratekster handler mest om kunstverket (eksempelvis etiketten), andre om formidlingsbegivenheten (invitasjonen), kontekstene (kunsthistorieverket), kunstneren (CV) eller om formidleren (medlemsbrosjyre)” (Solhjell 2001: 88). I undersøkelsen av paratekstenes tema er det spesielt interessant å undersøke hvilken interesse de som står bak paratekstene har i temaet, hevder Solhjell.

PARATEKSTENS PUBLIKUM

Enkelte paratekstuelle elementer er adressert til offentligheten generelt, uten at dette betyr at de når fram til alle. Andre er adressert mer spesifikt eller restriktivt til leserne av teksten (Genette 1997a: 9). Tittelen, eller et intervju, når ut til langt flere enn leserne av boka, mens for eksempel et forord har et mer begrenset publikum. ”Ved å studere retorikken i de ulike paratekstene kan man i noen grad slutte seg til hvem som er de påtenkte – eller impliserte lesere, og dermed kan man også få innsikt i hvilket kretsløp formidlerne befinner seg i” (Solhjell 2001: 89). Retorikken er altså, i følge Solhjell, nøkkelen til både å finne ut hvem som er paratekstenes impliserte lesere, og undersøkelsen av den åpner også for å si noe om formidlernes intensjoner med tekstene.

STEDET PARATEKSTENE BEFINNER SEG PÅ

Genette skiller mellom to hovedtyper paratekster, definert etter stedet parateksten befinner seg. Genette skriver at:

”within the same volume [as the text] are such elements as the title or the preface and sometimes elements inserted into the interstices of the text, such as chapter titles or certain notes. I will give the name peritext to this first

spatial category” (Genette 1997a: 5). ”The epitext is any paratextual element not materially appended to the text within the same volume but circulating, as it were, freely, in a virtually limitless physical and social space. The location of the epitext is therefore anywhere outside the book” (Genette 1997a: 344).

Paratekster kan altså deles i to hovedkategorier, peritekster og epitekster, avhengig av om de er fysisk knyttet til selve boka eller ikke. Solhjell bruker begrepet peritekst om de tekstene som ligger utenfor verket, mens epitekstene er de paratekstene ”bæres av selve kunstverket, og som er helt unngåelige når man ser på kunstverket” (Sohljell 2001:89).

Det later altså til at Solhjell bruker Genettes begrepsapparat, men at han har byttet om på betydningene, uten at han gjør rede for dette på noen måte. Kanskje kan det ha med det noe utydelige skille mellom de to prefiksene rent etymologisk sett; epi- stammer fra gresk og betyr ”på, mot”, mens peri- betyr ”omkring” (Lawrence 2005). Disse betydningene kan tyde på at Solhjell forholder seg mer korrekt til begrepenes betydning enn det Genette gjør. Jeg velger likevel å holde meg til Genettes begrepsbruk, der peritekst og epitekst viser til henholdsvis tekstinterne og –eksterne paratekster, da denne bruken synes å være mest utbredt, om enn etymologisk mindre korrekt. Forøvrig kan jeg nevne at para- i sammensetning betyr ”bi-, sam-, ved siden av” (Berulfsen og Gundersen 2004).

ULIKE PARATEKSTER

Genette (1997), og Solhjell (2001) med ham, skiller mellom ulike typer paratekster, etter deres nærhet til selve objektet, og etter hvem som er tekstens avsender. Nedenfor forsøker jeg å kategorisere de paratekstene jeg oppfatter som tilgjengelige for en bokkjøper *før* man leser boka, altså ikke paratekster som er *inne* i selve boka, slik som fotnoter, overskrifter, forord etc. I den grad denne typen paratekster er tilgjengelig før man leser boka er det ved tilfeldig blanding eller gjennom sitering, eventuelt handlingsreferat i andre tekster, så som intervjuer, anmeldelser, opplesning eller lignende. Genette skiller mellom ulike avsendere for paratekstene, peritekstene regnes som autografiske, altså som forfatterens tekster, mens epitekstene enten kan være autografiske eller allografiske. Allografisk betyr at noen andre står bak teksten, på vegne av den egentlige forfatteren. For Genette er det et poeng at paratekstene “is characterized by an authorial intention and assumption of responsibility”

(Genette 1997a: 3). I og med min utvidelse av begrepet, redegjort for ovenfor, kan imidlertid avsender for epitekstene være helt uten formell tilknytning til teksten, for eksempel en anmelder i en avis, en nominasjonskomité for en pris, en butikkansatt eller andre som på en eller annen måte produserer tekst som peker mot teksten.

PERITEKSTER

Peritekster er de paratekstene som er en del av selve verket, eller tilhører dets marginer, de bæres av samme medium som selve teksten. Jeg vil i det følgende presentere de peritekstene som potensielt er tilgjengelige for en bokkjøper.

Bokas tittel er kanskje den mest utbredte periteksten, fordi den forekommer på mange andre steder enn på omslaget.

”It seems to me that the public is nominally an entity more far-flung than the sum of its readers because that entity includes, sometimes in a very active way, people who do not necessarily read the book but who participate in its dissemination and therefore in its ‘reception’” (Genette 1997a: 74-75).

Adressaten til teksten er leseren, mens tittelens adressat er et større publikum, ”the public in the sense I have just specified” (ibid.: 75). Tittelen er rettet mot mange flere enn teksten, folk som på en eller annen måte mottar og viderefører den, og dermed har en hånd med i sirkulasjonen. Teksten er et objekt som kan leses, tittelen er et objekt som kan sirkuleres – eller et subjekt for samtaler. Det som gjør at tittelen kvalifiserer til peritekst er imidlertid det at den opptrer på bokas omslag. Identifikasjon er tittelens viktigste funksjon.

Navnet på forfatteren kan være kjent eller ukjent, det kan dreie seg om debutant eller en bestselgende forfatter, og det kan være visse konnotasjoner knyttet til forfatterens navn.

Om bokas omslag skriver Genette: ”The please-insert is a highly fragile and precarious paratextual element, an endangered masterpiece, a baby seal of publishing, for which no amount of solicitude will be superfluous. This is indeed an appeal to the public” (Genette 1997a: 116). Omslagets består av både visuelle og tekstlige elementer. På forsiden står (som regel) forfatterens navn og bokas tittel, og ofte også forlagets navn. Dette, samt

eventuelle andre tekstlige eller visuelle elementer er gitt et samlet visuelt uttrykk. Andre tekstlige eller visuelle elementer kan være bruk av sitater fra for eksempel en anmeldelse, en illustrasjon eller et foto, og omslagets bakgrunnsfarge. På bokas rygg finner vi igjen bokas tittel og forfatter, samt forlag (enten ved navn eller ved bruk av forlagets ikon). På baksiden står som regel en tekst om boka, enten et utdrag fra teksten eller en kort presentasjon av handlingen. Det kan også være tekst om forfatteren, bilde av forfatteren, det kan være informasjon om forfatterskapet, ofte ved bruk av sitater om foregående utgivelser. Disse elementene kan eventuelt finnes på omslagets innbrettsider.

EPITEKSTER

Epitekster er de paratekstene som befinner seg utenfor selve verket, de bæres av andre medier. Jeg skiller mellom epitekster styrt av forfatter og forlegger, som er det Genette definerer som epitekst, og epitekster styrt av andre, som er inkludert i min utvidelse av begrepet i forhold til Genettes definisjon.

Hvert år utgir Den norske bokhandlerforeningen og Den norske forleggerforeningen katalogen "Årets bøker". Her presenteres utgivelser av forleggerforeningens medlemmer, med bilde av omslag eller forfatter og en tekst som i tillegg til å opplyse om bøkens tittel og forfatter oppgir pris, forlag, eventuell oversetter og en kort tekst om boka. De fleste bøkene vies 1/10 av en side, men noen titler ser ut til å ha kjøpt seg ekstra plass. I tillegg gir forlagene ut egne kataloger med sine utgivelser, der presentasjonene av bøkene ofte er mer omfattende.

Bøker utgitt på visse forlag eller i en gitt serie har ofte gitte konnotasjoner, det kan enten være spesielt seriøs eller smal litteratur, eller det kan være en kjent forlegger som står bak serien.

De fleste forlag annonserer i aviser eller på reklameplakater for enkelte av sine titler. Dette er materiale som når ut til svært mange i forhold til for eksempel katalogtekstene. Særlig i desember er det også vanlig at forlagene annonserer i avisene med opplagstall for endel av utgivelsene sine.

Endelig er bokas pris en slags epitekst. Gyldendal forlag har begynt å prise bøker av debutanter vesentlig lavere enn andre skjønnlitterære utgivelser; de fleste nye bøker koster fra omlag 280 til opp mot 400 kroner, mens debutantenes bøker koster 199 kroner.

De epitekstene som er presentert ovenfor regner jeg som styrt av forlegger eller forfatter. Jeg vil i det følgende se på epitekster som i større grad er styrt av andre. Jeg skriver i større grad fordi det er vel kjent at forlagene er viktige pådrivere for medieomtale, anmeldelser og hvordan bøkene deres presenteres i bokhandlene.

Tidligere var de fysiske bokhandlene de eneste formidlerne av skjønnlitteratur. På 1970-tallet oppsto bokklubbene, og de siste årene har også nettbokhandler, både de fysiske bokhandlene sine nettbokhandler og bokhandler som bare finnes på Internett, fått en viktig markedsandel. I tillegg selger forlagene sine bøker direkte, kiosker har etter hvert fått et relativt stort utvalg og enkelte matvarebutikker selger skjønnlitteratur. Bokklubbene presenterer sine bøker i egne medlemsblad og har i en årrekke i samarbeid med NRK og Rockefeller presentert bøker i *Bokbadet*. Dette konseptet er diskutert og kritisert av Tore Rem i artikkelen ”Å bade med bøker – om fjernsynets litteraturdekning” (Rem 2003), der artikkelforfatteren hevder at litteraturen blir liten når dialogen uteblir og ideene ikke møter motstand, slik han mener det er var i *Bokbadet* under Anne Grosvold.

Bokhandlene selv, og bokhandlerforeningen presenterer ukentlige bestselgerlister, noen av dem trykkes i avisene, andre presenteres i bokhandlene og på bokhandlenes nettsider.

Litteraturen anmeldes og omtales både i avisene og i radio. Forfatterne intervjues og ikke sjelden fører utgivelser til mediedebatter. *Bokbadet* var NRKs litteraturesatsning, men fra høsten 2005 sendes det kun på web-TV, fra bokklubbens egne nettsider.

Den siste type epitekster jeg vil omtale er litteraturpriser. ”Nesten ingen av de mange litteraturprisene har noen betydning for hva folk leser i følge bokselgere og agenter. Det er bare to av de over 50 prisene som deles ut i Norge som virkelig selger. Bokhandlerprisen henger høyt, og det samme gjelder for Brageprisen,” sa Morten Aas, markedssjef i Libris i Kulturnytt 18. november 2005 (Amdahl 2005). Bokhandlerprisen går til den flest ansatte i

bokhandlene stemmer på. *Brageprisen* er bokbransjens egen pris, den har fått et etablert navn og mange merker seg vinnerne. Det de fleste nok ikke er klar over er at forlagene selv må melde på sine utgivelser, og dette koster penger. I tillegg kan juryene oppfordre forlagene til å melde på bøker, men også disse må det betales for. Dermed blir prisen på ingen måte uavhengig av forlagene.

PARATEKSTER – EN OPPSUMMERING

Over har jeg forsøkt å gjøre rede for paratekstbegrepet og bruken av det, og det er nå på tide med en kort oppsummering, før jeg går videre til metodiske utfordringer i arbeidet med oppgaven, og endelig analysen.

Paratekstbegrepet brukes av Genette om utkant- eller terskeltekster, som han mener er oversett i litteraturforskningen og som han mener bør studeres for å klargjøre disse tekstenes forhold til selve teksten, i Genettes tilfelle den skjønnlitterære boka. Genette understreker, som vi kan lese nedenfor, at disse tekstene ikke kun fungerer som overganger, eller innganger, til selve teksten, men at de også har en pragmatisk, eller retorisk funksjon.

“Indeed, this fringe [paratext], always the conveyor of a commentary that is authorial or more or less legitimated by the author, constitutes a zone between text and off-text, a zone not only of transition but also of *transaction*: a privileged place of a pragmatics or a strategy, of an influence on the public, an influence that – whether well or poorly understood and achieved – is at the service of a better reception for the text and a more pertinent reading of it (more pertinent, of course, in the eyes of the author and his allies)” (Genette 1997a: 2, min klammeparentes).

Jeg har i denne oppgaven valgt å se på paratekstene ikke i deres virkning i retning teksten, men i retning utsiden av ytterkantene, altså hvordan de kommuniserer forut for møtet med selve teksten.

3. METODISK TILNÆRMING OG KILDEVALG

Metode defineres gjerne, og svært generelt, som en planmessig fremgangsmåte (Berulfsen og Gundersen 2004). I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for min fremgangsmåte i arbeidet med oppgaven, jeg vil beskrive hvilke valg jeg har foretatt og forsøke å begrunne disse. Først vil jeg imidlertid bruke litt plass på å diskutere hva metode er, og hvilken rolle den spiller i humanistisk forskning.

HUMANISTISK METODE – FINNES DET?

Arild Fetveit diskuterer i artikkelen ”Den trojanske hest” metodebegrepets marginalisering av humanistisk medieforskning, og argumenterer for at det ikke finnes noen humanistisk ”metode” (Fetveit 2000). Fetveit skiller her mellom to ulike forståelser av hva metode er, som han mener skaper forvirring om begrepets innhold. Den første dreier seg om ”systematiske datainnsamlings og bearbeidingsteknikker”, den andre om ”*forskningsstrategi, design* eller kanskje *tilnærmingmåte*”, som han mener er en uklar definisjon (ibid.: 4-5). ”I dagens humanistiske forskning er imidlertid [metode]begrepet meget marginalt tilstede, både om ulike tenkemåter og om forskningsmessige strategier og prosedyrer” (ibid.: 4, min klammeparentes). Fetveit mener det er aspekter ved humanistisk medieforskning som gjør at metodebegrepet er mindre relevant, forskningen kjennetegnes av andre ”erkjennelses- (syn eller) interesser” enn samfunnsvitenskapelig forskning (ibid.: 5). Fetveit bruker målinger av ulike slag som eksempel på forskning der dømmekraften trenger en ”avstivning”, og skriver at metoden i disse tilfellene bidrar til dette (ibid.). For humanistisk forskning, eller annen forskning som ikke forsøker å måle, gir teorier og begreper føringer for tenkningen, de både fremhever og skjuler aspekter i materialet man studerer, men innebærer sjelden klare prosedyreregler (ibid.: 6). Fetveit konkluderer i artikkelen med at medieforskere bør slutte å lete etter en ”humanistisk metode”, og gi metodebegrepet en mindre sentral stilling, og heller styrke medievitenskapens teoretiske og begrepsmessige fundament (ibid.: 15).

Denne oppgaven har et teoretisk utgangspunkt, paratekstteorien ønskes testet mot noen utvalgte paratekster for å studere dem, men samtidig også for å kaste lys over selve teorien og undersøke hvordan den fungerer i undersøkelsen av fenomenene jeg analyserer. Teorien

jeg bruker er utviklet av Genette, og benyttet av blant andre Solhjell. Tekstanalytiske tilnærmingsmåter er grunnleggende også i analysen av paratekster, det samme gjelder diskusjon av form og innhold og tegnenes betydning, altså begreper fra semiotikken. Som det fremkommer over, i presentasjonen av Arild Fetveits tilbakevisning av relevansen, sågar eksistensen, av såkalt ”humanistisk metode”, følger man i humanistisk forskning sjelden klare prosedyreregler. God humanistisk forskning kjennetegnes i følge Fetveit av ”utvikling av en dypere teoretisk forståelse av sitt felt, gjennom presise begreper, stringent argumentasjon og en aktiv dialog med tidligere forskning” (Fetveit 2000: 12). Fetveit tar til orde for at en viktig utfordring for humanistisk forskning er å være teoretiserende. Med det mener han en virkelighetsbeskrivelse

”hvor en collage av empiriske elementer synes å mane frem et teoretisk bilde som har den fordelen fremfor abstrakte generaliserende beskrivelser at det opprettholder en meget stor nærhet til de spesifikke fenomenene som beskrives, samtidig med at de løftes opp gjennom suggestive sammenligninger og belyses teoretisk” (ibid.: 11).

Dersom jeg skulle antyde en ambisjon, eller noe jeg strekker meg etter i denne oppgaven, er det at jeg klarer å nærme meg den type forskning Fetveit her beskriver.

Videre i dette metodekapittelet vil jeg kort gjengi trekk ved det Genette og Solhjell beskriver som sin metode. Deretter finner jeg det på sin plass å presentere oppgavens empiriske materiale, med begrunnelse for utvalget. Avslutningsvis skriver jeg kort om min overordnede tilnærming i analysen, ment mer som en forklaring til leseren av analysen, enn som en redegjørelse for min framgangsmåte i arbeidet med denne.

GENETTE OG SOLHJELL OM METODE

Teorien om paratekster, presentert og diskutert i forrige kapittel legger visse metodiske føringer, i betydning tilnærmingsmåte. Både Genette (1997) og Solhjell (2001) studerer kjennetegnene til paratekstene, og Genette skriver at listen over kjennetegn ”almost entirely defines the method employed in the rest of this book” (Genette 1997a: 4). Undersøkelsen av kjennetegnene er altså Genettes *metode*. Solhjell skriver:

”Et helt sentralt moment i lesning og tolkning av paratekster er forståelse av den retoriske karakter i deres innhold og bruk (...). Men det gir også mening å tolke paratekster som tegn, budskap, eller meningsbærende handlinger. Den prinsipielle definisjonen av paratekster bør derfor følges opp av en nærmere bestemmelse av kjennetegn ved deres fremtoning og virkning, som til sammen tillater oss å studere deres betydning i kunstformidlingen” (Solhjell 2001: 83).

Metoden man velger må kunne bidra til å besvare oppgavens formulerte problemstilling. Jeg har i denne oppgaven et ønske om å undersøke *hvilke funksjoner skjønnlitterære utgivelsers paratekster har*, og har i oppgavens innledning spesifisert hvilke spørsmål jeg søker svar på. I analysen som følger legger jeg vekt på nettopp ”kjennetegn ved deres [paratekstenes] fremtoning og virkning”.

UTVALG

Som tittelen indikerer, er det skjønnlitteraturens paratekster som utgjør denne oppgavens empiriske materiale. Avgrensingen til skjønnlitteratur er basert på en antakelse om at paratekstuelle elementer er spesielt viktige for disse, delvis i motsetning til for eksempel faglitterære bøker, som nok oftere velges ut fra interesser tilknyttet fagfeltet, eller en spesiell tematikk, eller simpelthen fordi de er oppgitt i en pensumliste.

Jeg har ønsket å bruke aktuelle bøker utgitt i samme periode, og har derfor begrenset utvalget til å gjelde bøker utgitt i 2005.

Utvalget består av seks skjønnlitterære utgivelser fra norske forlag i 2005. De seks bøkene er strategisk valgt, ut fra et ønske om å dekke spekteret av ulike paratekster som jeg beskrev i teorikapittelet. Bøkene er altså valgt ut fra paratekstenes forskjellighet og er ment å utfylle hverandre. De vil bli behandlet separat av meg i analysen, men de ulike analysene vil bygge på, og henvise til, hverandre, noe som åpner for et komparativt aspekt.

Selv om jeg har forsøkt å dekke spekteret av ulike paratekster, er undersøkelsen som følger på ingen måte uttømmende. Jeg ønsker imidlertid å vise noe av bredden i bruk av

paratekster, og kanskje kunne si noe om hvordan presentasjonen av bøker kan sees i sammenheng med hva slags bøker det er og hvem de henvender seg til.

DE FÅ UTVALGTE

Bøkene som danner utgangspunktet for det empiriske materialet for denne oppgaven, og som vil bli analysert i nevnte rekkefølge er: J. D. Salingers *The catcher in the rye – Redderen i rugen*, utgitt første gang i USA i 1951, nyoversatt og utgitt av Cappelen, Olaug Nilssens *Få meg på, for faen*, utgitt av Samlaget, Anne B. Ragdes *Eremittkrepsene* utgitt av Oktober, John Ajvide Lindqvists *La den rette komme inn*, utgitt i Sverige i 2004, utgitt av Damm, Paulo Coelho's *Zahir*, utgitt av Bazar og Elisabeth Botterli, Knut Nærum og Peder Udnæs' *Madonna-gåten*, utgitt av Cappelen.

ANALYSEMATERIALE

Oppgavens analysemateriale består av et strategisk utvalg av det relevante paratekstuelle tilfanget, det vil si av de typene paratekster som er beskrevet i teorikapittelet under overskriften "Ulike paratekster". Innsamling av empirisk materiale ble foretatt i perioden oktober 2005 til februar 2006.

Omtalte bokomslag og annet tilgjengelig billedmateriale er vedlagt bakerst i oppgaven. Dette materialet dekker den største delen av de paratekstene jeg analyserer. De fleste av internett-ressursene jeg referere til, regner jeg med vil være tilgjengelige også etter at denne oppgaven er levert. I ett tilfelle er nettsiden allerede i skrivende stund endret, kopi av denne siden er derfor lagt ved oppgaven. Jeg vil undersøke alle bøkens omslag, med fokus på elementene beskrevet som peritekster i teorikapittelet. Innslag av epitekster vil variere for de ulike bøkene. Jeg har forsøkt å sette sammen utvalget på en sånn måte at jeg til sammen får dekket flest mulig relevante epitekster.

KILDER

Kildematerialet til oppgaven består av ulike typer tekster; fagbøker, akademiske artikler, avisartikler, skjønnlitterære bøker, nettsider inklusive en blogg, og noe statistisk materiale. Materialet kan deles mellom det som er en del av oppgavens empiri og det som danner utgangspunkt for de teoretiske diskusjonene. Avisartiklene jeg referer til er eksempler på

både det første og det andre, og i noen tilfeller begge deler på en gang. Noen av avisartiklene er altså eksempler på paratekster, for eksempel anmeldelser. Andre refererer jeg til fordi de er interessante for meg i denne oppgaven, de tematiserer eller diskuterer på en eller annen måte paratekstuelle elementer. De bidrar med stoff som jeg utfyller det jeg har funnet tilgjengelig i fagbøker og artikler.

KOMMUNIKATIVE STRATEGIER

Bøkene er analysert for å få fram kvaliteter som kjennetegner de ulike strategiene. Overskriften til hver analyse betegner det jeg mener er det mest kjennetegnende ved de paratekstene jeg har analysert. Overskriftene gjenspeiler dermed de mest sentrale analysefunnene. Jeg mener, i tråd med Solhjell, at paratekster må analyseres ut fra deres retoriske hensikt (Sohljell 2001: 83), og jeg anser paratekstene som uttrykk for ulike kommunikative strategier. For de fleste bøkene er det først og fremst paratekster som forlaget eller forfatteren står bak som danner dette inntrykket, men i noen tilfeller har jeg også brukt eksterne epitekster som tydeliggjør dette perspektivet. Jeg har i teorikapittelet argumentert for å ha en bredere definisjon av paratekster enn den Genette opererer med, fordi jeg mener tekster med eksterne avsendere i noen tilfeller fungerer som paratekster. Dette gjelder i analysene av Nilssens og Ragdes bøker, der jeg trekker inn anmeldelser som uttrykk for den kommunikative strategien.

4. ANALYSE AV PARATEKSTER – ULIKE STRATEGIER

Analysekapittelet består av analyse av seks skjønnlitterære utgivelsers paratekster. Jeg tar for meg én og en bok, analyserer paratekstene med et særlig blikk på det som er spesielt for de ulike utgivelsenes paratekster.

Jeg har med analysen imidlertid et siktemål utover det å undersøke de seks utgivelsene. I siste del av analysekapittelet samler jeg derfor trådene fra analysen i en diskusjon rundt tre temaer: strategier, funksjoner og transtekstualitet. I denne delen sammenlikner jeg i større grad bruken av paratekster, og begrepene jeg har presentert i oppgavens teoridel blir gjenstander for en mer systematisk gjennomgang. Dette danner grunnlaget for en videre diskusjon av paratekstbegrepet i oppgavens to siste kapitler.

Analysekapittelet har jeg forbeholdt oppgavens empiriske materiale. Jeg har derfor funnet det passende med et påfølgende kapittel før konklusjonen, der jeg tar for meg paratekstteorien, inspirert av en kritisk lesning av Genette og av erfaringene jeg har gjort i arbeidet med min egen analyse.

TAUSHETSSTRATEGIEN – *THE CATCHER IN THE RYE*

J. D. Salingers *The Catcher in the Rye* utkom første gang i 1951. I 1952 kom boka første gang ut norsk, på Cappelen forlag, med tittelen *Hver tar sin – så får vi andre ingen*. Siden har Cappelen trykket den opp igjen tre ganger, først i serien *Uglebøkene* i 1974, så i *CUB*-serien i 1994, og i ny oversettelse i 2005. Boken omtales av forlaget i anledning nyoversettelsen som en av de ”epokegjørende romaner i etterkrigstidens vestlige litteratur”⁶.

J. D. SALINGERS KRAV

Nils-Øivind Haagensen skrev i februar 2005 i *Klassekampen* om Tiden forlags planer om nyutgivelse av J. D. Salingers *Nine stories*, og om kravene Salinger stiller for sine utgivelser.

“For det første må forleggeren, altså Tiden, gå med på å ikke gi ut boka i en eller annen **serie** for klassisk eller moderne litteratur (...). Dernest kunne ikke forleggeren bruke verken **forfatterportretter** eller **illustrasjoner** på omslaget. Det være seg forside eller bakside. Boken skal så langt det lar seg gjøre være **blank**, gjerne **hvit**, med **tittelen** plassert over og i større typer enn **forfatternavnet**. Og for å unngå misforståelser forbeholder Salinger seg rett til å godkjenne det ferdige omslaget. Salinger lar heller ikke forlaget bruke **biografisk informasjon** (i den grad vi har så mye av det), **sitatuttrekk** av noe slag (de være seg fra anmeldelser, artikler, essay og så videre), verken på eller i boken. (...) Salinger vil forresten ikke at forlaget lager verken **katalogtekster** eller **presseskriv**. Den norske tittelen må dessuten være en så direkte og bokstavtro oversettelse av originalen som mulig. «Hver tar sin så får vi andre ingen», som Cappelen en gang kalte «The Catcher in the rye» er altså ikke gangbart lenger” (Haagensen 2005a, mine uthevinger).

Jerome David Salinger angriper dermed mange av bokas ytre paratekster, han utelukker elementer som vanligvis leder oss mot teksten, forlagenes muligheter for

⁶ <http://cappelen.no/main/katalog.aspx?isbn=8202238293&f=1001> [16.01.06]

markedsføringstiltak elimineres. ”[Boka] skal finne sin vei fra forlaget til bokhandleren i stillhet” (Haagensen 2005a).

Cappelen har nettopp (september 2005) gitt ut *The Catcher in the rye*⁷ på nytt. Hva som skjedde med den ovenfor omtalte Tiden-utgivelsen vet jeg ikke; på nettsidene deres gir mine søk ingen treff, men så er jo egentlig det også et av Salingers krav(!). I Cappelens utgivelse er tittelen den originale, mens ”Redderen i rugen” kun opptrer som undertittel. Alle utenlandske utgaver er pålagt å bruke originaltittelen som blikkfang, og oversatt tittel bare som undertittel (Bjørnskau 2005). Boka inngår ikke i noen serie, slik den jo har gjort tidligere. Cappelen ser ellers ut til bare delvis å ha fulgt Salingers formaninger. Katalogteksten finnes, både på Cappelens nettsider⁸, i *Den norske Bokdatabasen* (som de fleste bokhandler bestiller bøker gjennom) og i katalogen fra Forleggerforeningen og Bokhandlerforeningen (Årets bøker 2005: 24). Boka er langt i fra hvit, den er rød og grønn, men i det minste i plastbind og følgelig nokså blank. Hvorvidt pressemelding ble sendt ut vet jeg ikke, men Aftenposten skrev en artikkel i forbindelse med utgivelsen (Bjørnskau 2005). Dermed hjelpes boka fram, gjennom katalogtekster og ved tilstedeværelse i *Bokdatabasen*, kanskje kommer det også anmeldelser. Og disse kan ikke Salinger motsette seg, han er ikke lenger paratekstens implisitte avsender, boka er kommet ut i verden og lever sitt eget liv.

SALINGERS ØNSKE

Hvorfor motsetter Salinger seg disse elementene? Søk i *Atekst*⁹ gir ingen treff på anmeldelser av boka. Så er jo boka heller ikke ny. Det skrives imidlertid stadig om den, sist i forbindelse med markeringen av at det var 25 år siden John Lennon ble drept av Mark David Chapman. I stedet for å stikke av satte Chapman seg på fortauet og leste høyt fra *The Catcher in the Rye*, til han ble tatt av politiet. Boka var en klassiker lenge før denne hendelsen, men fikk etter drapet en ny konnotasjon. Boka nevnes også stadig i avisene i spalter à la ”I bokhylla” eller ”Tre bøker anbefalt av ...”. Boka er en klassiker. Selv uten

⁷ Se figur nr. 1. Alle figurer er vedlagt sist i oppgaven.

⁸ <http://cappelen.no/main/katalog.aspx?isbn=8202238293&f=1001> [17.10.05]

⁹ Atekst (www.retriever-info.com/services/archive.html) [01.02.05]) er et mediearkiv som inneholder redaksjonsarkivene fra 20 norske aviser og blader.

promosjon og informasjon av noe slag fra forlagene får den stadig oppmerksomhet. Salinger slipper ikke unna at det skrives om boka hans, teksten får ikke stå for seg selv, slik som man kan anta at han ønsker. Den tyngde paratekst gis i sitatene nedenfor kan kanskje forklare Salingers ønske om fravær av sådant.

”«Para» er en dobbel antitetisk forstavelse som på en og samme tid bærer bud om nærhet og avstand, likhet og forskjell, interioritet og eksterioritet (...) noe som samtidig befinner seg både på og hinsides en grenselinje, terskel eller rand, jevnbyrdig i status, men også sekundær eller subsidiær, underdanig som vertens gjest, som herrens slave. En ting som står i «para» er videre ikke bare samtidig på begge sider av en grenselinje mellom innenfor og utenfor; den er også selv grenselinjen, lerretet, som er en gjennomtrengelig hinne som forbinder utsiden og innsiden. Den forveksler dem med hverandre, drar utsiden inn og innsiden ut, deler dem og knytter dem sammen” (J. Hillis Miller: «The Critic as Host» i Harold Bloom et.al (red.) *Deconstruction and Criticism* (1979) sitert i Røssaak 2001: 284-5).

Genette låner Phillipe Lejeunes ord og skriver at parateksten kan sees som ”a fringe of the printed text which in reality controls one’s whole reading of the text” (Lejeune (1975) i Genette 1997a: 2).

Salingers krav gjorde meg nysgjerrig på bruken av paratekster når det gjelder de tidligere utgivelsene av *The Catcher in the Rye*. Det er som nevnt innledningsvis bare den siste utgivelsen som har den originale tittelen. Pocketutgaven fra 1994 oppfyller i likhet med utgaven jeg har skrevet om her de fleste av Salingers krav, den er uten baksidetekst, foto, sitater etc, men tittelen er ikke den originale og den er del av en serie – *Cappelens Utvalgte Billigbøker* (CUB). De to første utgivelsene er mer tradisjonelle. Den første, innbundet utgave fra 1952¹⁰, er med baksidetekst, klipp fra anmeldelser, foto av forfatteren og tekst på innsiden av den ene klaffen. På pocketutgaven fra 1974 er det en nyskrevet baksidetekst som understreker at boka fortsatt er aktuell, og det står at Åke Fen fikk Bastianprisen for oversettelsen. Undersøkelsen min viser at Salingers krav ikke var et opprinnelig krav, men

¹⁰ Bilder av omslagene: se figur nr. 2 og 3.

et som er kommet i ettertid, antakelig som en reaksjon på forleggenes bruk av paratekster i forbindelse med utgivelsene.

FOKUS PÅ TITTEL

Analysen viser at Salinger ønsker seg taushet, teksten skal stå alene, uten elementer som leder leseren i noen retning. Hvorfor er så den originale tittelen så viktig for Salinger? Tittelen henspiller på en sang bokas hovedperson Holden Cauldfield snakker om, og som representerer det eneste han hevder han ønsker. Cauldfield forteller:

”Gutten var herlig. Han gikk i gaten i stedet for på fortauet, men rett ved siden av fortauskanten. Han lot som han gikk etter en helt rett linje, sånn som barn ofte gjør, og hele tiden sang og nynet han. Jeg gikk nærmere slik at jeg kunne høre hva han sang. Han sang den sangen «If a body catch a body coming through the rye». Han hadde en ganske brukbar stemme også. Man merket at han sang bare for moro skyld. Bilene suste forbi og det hvinte i bremsen overalt, foreldrene hans enset ham ikke, og han bare gikk der langs fortauskanten og sang «If a body catch a body coming through the rye». Det fikk meg til å føle meg mindre deppa” (Salinger 2005: 133-4).

Gutten får Holden til å tenke mer på sangen. Senere snakker han med søsteren sin om den:

”«Vet du hva jeg har lyst til å bli?» sa jeg. «Vet du hva jeg har lyst til å bli? Jeg mener hvis jeg kunne velge fritt?» / «Hva da?» / «Du vet den sangen 'If a body catch a body comin' through the rye'? Jeg vil →» / «Det heter 'If a body *meet* a body comin' through the rye'!» sa Phoebe. «Det er et dikt av Robert *Burns*.» / «Jeg *vet* at det er et dikt av Robert Burns.» (...) «I hvert fall ser jeg for meg en masse unger som leker i en diger rugåker. Tusenvis av små barn, og ingen er der og passer på dem – ingen voksne, mener jeg – bortsett fra meg. Og jeg står på kanten av et vanvittig stup. Det jeg må gjøre, er å redde de som er i ferd med å falle utfor stupet – jeg mener, hvis de løper uten å se seg for, må jeg komme et eller annet sted fra og *redde* dem. Det er det jeg ville gjort hele dagen. Jeg vil være **redderen i rugen**, rett og slett. Jeg vet at det er sprøtt, men det er det eneste jeg virkelig har lyst til å bli. Jeg vet at det er sprøtt.» (ibid.: 195-6, min utheving).

I den opprinnelige oversettelsen står det ”Jeg er den som stopper dem i åkeren” (Salinger 1994: 184), den nye oversettelsen lyder ”Jeg vil være redderen i rugen”, en noe underlig formulering på norsk, men mer presis oversettelse, som også er blitt bokas undertittel.

Fraværet av paratekstuelle elementer gjør analysen av dem kort. Haagensen oppsummerer effekten av fraværet slik:

”[D]et er vakkert fordi Salinger stoler på at boken finner fram også uten forlagets kommersielle tilretteleggelse, men en åpenbar innvending mot det er: ikke vanskelig å si fra seg forlagsreklame når du vet at bøkene dine allikevel selger i overkant av en kvart million i året” (Haagensen 2005a).

I de neste analysene skal jeg undersøke den forførende funksjon paratekster kan ha. Fokuset mitt er fremdeles ikke paratekstenes innvirkning på leserens fortolkning av teksten, slik jeg tolker sitatet av Lejeune, men paratekstenes innvirkning på bøkens tilstedeværelse utenfor seg selv, paratekstenes rolle som formidler av bøkens eksistens som artefakter, tilgjengelige for deg og meg.

UTROPSSTRATEGIEN – FÅ MEG PÅ, FOR FAEN

Olaug Nilssen ble i 2004 utpekt av Morgenbladet som en av Norges 10 viktigste forfattere under 35 år. *Få meg på, for faen* er hennes femte bok, og representerer et slags gjennombrudd i forfatterskapet i forhold til anmeldelser og medieoppmerksomhet, og også når det gjelder salg. Forlaget bruker oppmerksomheten aktivt, og skriver på sine nettsider at ”Olaug Nilssens nye bok har fått mykje medieomtale og mykje skryt frå meldarane”¹¹, en kommentar som kan antas å bunne i et ønske om økt salg.

ROMAN JAKOBSONS SEKS KOMMUNIKASJONSFUNKSJONER

I teorikapittelet beskrev jeg hvordan Solhjell og Genette mener paratekster skal undersøkes. De mener man, for å studere paratekstenes betydning, bør klargjøre eller undersøke hvem som er ansvarlig for dem, deres forhold til tid, funksjon i forhold til teksten, hvilket medium som bærer dem, deres hovedtema, beregnet leser og stedet paratekstene befinner seg på. Undersøkelsen har mange fellestrekk med generell kommunikasjonsteori; avsender, budskap, mottaker og kanal er sentrale begreper. Jeg vil forsøke å utvide paratekstteoriens kommunikasjonsteoretiske perspektiv noe, ved å ta i bruk noen begreper redegjort for av Roman Jakobson, og ønsker med det å komme nærmere selve språkhandlingene i kommunikasjonen.

Roman Jakobson gjør i essayet *Lingvistikk og poetikk* (Jakobson [1960] 1978) rede for seks faktorer som er nødvendige for verbal kommunikatív handling. Hans beskrivelse av de seks faktorene samsvarer med elementær kommunikasjonsteori; se for eksempel Gripsrud (1999). Med Jakobsons terminologi lyder det slik: En *avsender* sender en *meddelelse* til en *mottaker*, meddelelsen referer til en gitt *kontekst*, med en gitt *kode*, via en *kontakt*, en fysisk kanal og psykologisk forbindelse (Jakobson [1960] 1978: 122-3). Jakobson knytter hver faktor til en særskilt språkfunksjon, men understreker at selv om de seks kommunikative funksjonene knyttes til grunnleggende aspekter ved kommunikasjon, er det neppe noe utsagn som bare fyller en funksjon (ibid.: 123). Det er tre av Jakobsons funksjoner jeg vil gå nærmere inn på; den fatiske funksjonen, den konative funksjonen og den emotive

¹¹ ”Kritikarros til Olaug Nilssen”: <http://www.samlaget.no/artikkel.cfm?path=18&id=678> [16.01.06]

funksjonen, knyttet til henholdsvis *kontakten* for kommunikasjonen, *mottakeren* og *avsenderen*.

Jeg ble interessert i Jakobsons teori først og fremst fordi den beskriver en fatisk funksjon, en kontaktfunksjon. Å skape kontakt er den første og viktigste oppgaven til bokomslaget. Dersom det ikke oppnås kontakt mellom avsender og mottaker, vil meddelelsen ikke nå fram. De andre funksjonene kommer altså kun til nytte dersom kontakten er opprettet. Eivind Røssaak kaller den fatiske funksjonen ”hei-funksjonene, våre egne smussomslag”, og definerer litteraturens kontaktskapende funksjoner som gester, fakter, tegn og koder (Røssaak 2001: 13). Jeg vil i det følgende undersøke disse nærmere.

TITTELENS ROP, OMSLAGETS BLIKK – KONTAKTSKAPENDE KOMMUNIKASJON

Forsiden på omslaget¹² består av to like store fotografier med en smal hvit kant rundt, som dekker hele flaten. Oppå disse bildene, midt på siden, nesten som et blink, er det en rosa sirkel som dekker cirka en fjerdedel av hvert bilde. Midt i sirkelen, med like store, slanke versaler, står forfatterens navn og tittelen på boka.

Tittelen på boka, ”Få meg på, for faen”, er uttrykk for et sentralt ønske, på ulike nivåer, hos alle de tre hovedpersonene i boka. Samtidig svarer den til Umberto Ecos råd om at en tittel ”must muddle the reader’s ideas, not regiment them” (sitert i Genette 1997a: 29). Tittelen har seksuelle undertoner, og Nilssen innleder boka med en advarsel om ”skildringar av seksuelle fantasier. Enkelte vil truleg oppleve desse skildringane som støytande” (Nilssen 2005: 8). Avisene har fulgt opp fokuset på det seksuelle med følgende overskrifter på anmeldelser og intervjuer: i Dagbladet: *Advarsel: Pinlig sex* (Rønning 2005), i Klassekampen: *Litt rar, ganske grov* (Brandvold 2005), i Dagsavisen: *Kålrot og kåtskap* (Aubert 2005), i Dagbladet, igjen: *Skikkelig kåt* (Krøger 2005a) og i Nordlys: *Kåthet uten glede* (Myhre 2005). Nilssen selv understreker at det bare er én av de tre historiene i boka som er grov (Brandvold 2005). Genette skriver om titler at ”the function of tempting, of inciting one to purchase and /or read, is both so obvious and so elusive that it hardly prompts me to comment” (Genette 1997a: 91). Jeg mener imidlertid at det er interessant å

¹² Se figur nr. 3.

diskutere tittelens funksjon. Debutant Ruth Lillegraven, forfatteren av *Store, stygge dikt* (2005), som i likhet med Nilssens bok har fått mye oppmerksomhet, har sagt at hun innimellom har ”angret fryktelig på den tittelen, fordi jeg syns den har fått ufortjent mye oppmerksomhet” (Stalsberg 2005).

Tittelen på Nilssens bok er i imperativ, og kunne godt hatt et utropstegn etter seg. Den markerer seg, og skiller seg fra andre skjønnlitterære titler. ”Orientering mot MOTTAKEREN, den KONATIVE funksjonen”, skriver Jakobson, ”finner sitt reneste grammatiske uttrykk i vokativ og imperativ” (Jakobson [1960] 1978: 125). Tittelen, med sitt utrop, er således dobbelt kontaktskapende ved at den i imperativs form involverer leseren.

De to bildene på omslaget er tatt av den danske fotografen Nina Beier. Hun fotograferer, i følge egne nettsider, vennene sine i situasjoner som oppstår ”somewhere between the natural state and the one the camera motivates” (Michau 2005). De aktuelle bildene viser to forskjellige jenter, en på hvert bilde. På det øverste bildet ser personen ut til siden i bildet, med armene, ikledd støvletter, opp over hodet. På den nederste bildet ser vi et halvnært utsnitt av en jente som holder to små brødfjølere ut til siden foran ansiktet. Hullene i fjølene er rett foran øynene hennes, så hun ser muligens ut gjennom dem, men vi kan ikke se øynene hennes. Begge bildenes motiver kan leses som lett absurde, lekne og humoristiske. Denne beskrivelsen av bildene skal vi se at samsvarer godt med forlagets presentasjon av boka. Bildene er fra en fotoserie kalt *I Like My Friends*¹³. Peter Haars kaller denne typen bokomslag ”fotografisk dokument”, det vil si at man benytter seg av bilder som ikke ble laget spesielt for boka (Norvin, Haars og Bjerkmann 2002: 14). Denne typen bruk av fotografier kan i følge Haars være både tolkende og saksbeskrivende og det er med på å underbygge tekstens troverdighet (ibid.).

Det nederste bildet tematiserer særlig blikket, som her er erstattet av de to fjølenes hull. Bildet gjør, i samspill med forsiden som helhet, og spesielt med tanke på den midtstilte knall rosa sirkelen, omslaget til et blikkfang. Fraværet av blikkontakt med jenta på bildet,

¹³ <http://www.veer.com/products/cddetail.aspx?image=FSP0045000&page=1&origPage=2> [18.01.06]

erstattet med nærværet av fjølhullene på øynene plass, fungerer som en forsterker av blikkfangeffekten gitt det uventede elementet i bildet.

AVSENDEREN SØKER ØKT TROVERDIGHET

Bokas omslag består av de samme tekstelementene som de fleste andre skjønnlitterære utgivelser. Det er en baksidetekst, som oppsummerer prosjektet til de tre hovedpersonene i boka, Alma, Maria og kona til Sebjørn. Videre er det en kort presentasjon av forfatteren og forfatterskapet og et bilde av forfattere på den ene innbretten, og utdrag fra anmeldelser av to av hennes tidligere bøker på den andre innbretten. I sitatene fra anmeldelsene presenteres forfatteren som særegen og nyskapende, humoristisk og uforutsigbar, leken og fri. Hun befinner seg i følge kritikerne i et språklig og litterært svært originalt landskap. På baksiden oppsummeres boka som et ”absurd, humoristisk og inderleg melodrama om trongen til å bli sedd av nokon” (Nilssen 2005). Forlaget er den eksplisitte avsenderen av omslagets budskap. ”Den såkalt EMOTIVE eller «ekspressive» funksjonen, fokusert på AVSENDEREN, gir et direkte uttrykk for talerens holdning til det han snakker om” (Jakobson [1960] 1978: 123). Jakobson hevder at det emotive kommer til uttrykk gjennom interjeksjoner, altså utropsord. I fremmedordboka forklares ordet ’emotiv’ med ”som appellerer til el. vekker visse følelser” (Berulfsen og Gundersen 2004). I en slik betydning gir det mening å si at forlagets bruk av andre avsendere er uttrykk for et ønske om å gi budskapet økt troverdighet. Den type skryt som kommer fra anmelderne kunne ikke forlaget stått som direkte avsender av, de er avhengige av støtte fra utenforstående personer uten egen interesse i salget.

I sitatene appelleres det direkte til potensielle lesere, mottakerne av teksten, og lesningen, tematiseres. Her finner vi, som i tittelen, bruk av imperativ (”Boka må lesast! – Marta Nordheim, *NRK*”), og lesererfaringen deles (”Det er både oppøsende og befriende å lese slikt – Ingeborg Berre, *beetwenlines.net*”).

Baksideteksten er svært lik forfatterens egen skrivestil, og er antakelig skrevet av forfatteren selv. Det er ikke uvanlig at forfattere selv presenterer sin egen bok i baksideteksten; men som vi vil se nedenfor, i analysen av *La den rette komme inn*, kan

denne teksten ha en annen avsender enn forlaget, som tilsvarende sitatene øker budskapets troverdighet.

BLOGGEN SOM PARATEKST

I juli 2003 opprettet Olaug Nilssen en web-logg, en såkalt *blogg*¹⁴. Anders Fagerjord skriver om blogging i sin bok om sjangre og uttrykksformer på nettet. Han skriver at for ”de fleste bloggere er det å blogge å «skrive seg selv»” (Fagerjord 2006: 149), et uttrykk han låner av Foucault (*self writing*).

Nilssen bruker store deler av bloggen sin på sitt eget forfatterskap, i tillegg til at den inngår i hennes litterære univers, *Skoddeheimen*. Hun har lagt ut lenker til anmeldelser av bøkene sine og hun har lagt ut lenker til andre tekster hun har publisert digitalt. I endel av postene skriver hun mer konkret om bøkene sine, for eksempel diskuterer hun mottakelsen av sin siste bok (26.10.05: *Bokmeldingar og andre hendingar*, 02.01.06: *Få meg på, for neaf - ei oppsummering*)¹⁵, oppmuntrer til å komme på, og formidler hendelser fra, en signering (20.12.05: *Kom kom kom!*, 21.12.05: *Ei bøn om tilgjeving - Fotonovelle frå Ark Beyer*) og kommer med synspunkter på et intervju hun har stilt opp på (02.01.06: *Olaug ns korstog mot xespress*).

21. 10.05 skrev hun posten *Ny bok på trappa! Nytt tidsskrift på trappa!*:

”Her [hyperlenke] kan du sjå omslaget til den nye boka mi, *Få meg på, for faen*. Ja, ikkje at den er ferdig og lagt ut for sal, men *snart* er ho det. Ho kjem frå trykkeriet 28.oktober og er nok i butikken laurdag 29. eller måndag 31. oktober.”

¹⁴ (Nilssen 2003-2006) (<http://olaug.skoddeheimen.no/>) Alle sitater fra bloggen/ poster på bloggen er hentet her. Dato viser til når posten er lagt ut på nett, alle poster blir arkivert på gjeldende måned, og er merket med dato.

¹⁵ Bloggposttitlene er gjengitt etter forfatterens skrivemåte. (En leser av bloggen skriver i forbindelse med posten ”Trist som neaf” fra 04.01.06 følgende i en kommentar: ”Eg lurte berre på kvifor du skriv neaf og xes? Kvifor ikkje rett ut? Kva slags mystisk bloggeregul er dette?”. Nilssen svarer: ”Eg skriv xes for å unngå spam. Og naef for å gjere narr av meg sjølv. Eg trur ikkje det er særleg mange andre som driv med slikt:-)”).

Posten fortsetter med at Nilssen lister opp endel arrangementer hun skal delta på i ukene framover, den kan altså sees som en promotering av boka i forbindelse med lanseringen.

7. november kommer posten *Boknytt*:

”Eg vil gjerne fortelje at eg er ganske stolt og rørt over mottakinga den nye romanen min har fått, så eg skal vere så frimodig at eg legg ut nokre nye lenkjer til bokmeldingar nedanfor. Eg håpar sjølv sagt at mottakinga får innverknad på salet, men eg skal seie dykk det at eg eigentleg allereide er nøgd, ettersom eg les i ei todagarsgammal utgåve av mi nye favorittavis - Klassekampen - (ho har no rykka opp på førsteplass framfor Morgonbladet og Dag og Tid) at eg er inne på Tronsmo si ti på topp-liste over sal. Det er greitt nok at eg gret ein skvett over bokmeldinga i Klassekampen (som sagt, mi nye favorittavis), men det var endå meir stas å vere inne på den ti på topp-lista!”

Med denne posten får bokas tittel en ny medbetydning, den står også for et ønske hos Nilssen selv, og hun har oppnådd det, hun er ”på”. Nilssen kaller bloggen sin *Eit eige rom med utsikt*¹⁶, men ikke sjelden peker tekstene der snarere inn mot Olaug, inn mot forfatterskapet hennes, og de andre interessene hun har.

Det kan virke som Nilssen har brukt bloggen aktivt i forarbeidet til boka, for eksempel i posten med påfølgende kommentarer fra 9. desember 2004. Nilssen skriver blant annet at hun ”har prøvd å finne Skruk/Altiplano/Maria/Ezperanza-tekstane på nettet, men det klarer eg ikkje”. Disse tekstene utgjør et sentralt moment i historien om Maria i boka, og likheter mellom personene i boka og forfatteren selv kommer fram, for eksempel denne replikkvekslingen mellom Ingvild og Olaug på bloggen: Ingvild skriver: ”Men Olaug likte godt «Ut mot havet» ho, ho brukte å synge med på refrenget med attletne auge, og ynskte sikkert eigentleg at ho sjølv heitte Maria”. Og Olaug svarer: ”Slike avsløringar er noko pinlege, men ok, eg innrømmer: det er sant at eg elska «ut mot havet»”.

¹⁶ Bloggens tittel tar opp i seg to andre titler, Virginia Woolfs *A Room of One's Own* og E. M Forsters *A Room with a View*, som kanskje er enda mer kjent som film. Det blir for omfattende her å gjøre en analyse av funksjonene til disse intertekstuelle referansene.

Anmelderen i Morgenbladet, Kari Løvaas, bruker mye informasjon fra Nilssens blogg i lesningen av romanen. Hun bruker informasjon fra bloggen til å danne seg et bilde av Nilssen, som danner utgangspunktet for fortolkningen av forfatterskapet, og hun stiller utdrag fra bloggen side om side med utdrag fra boka (Løvaas 2005). Som vi har sett knyttes litteraturen og bloggen sammen av Nilssen selv. Siden brukes bloggen aktivt i anmeldelsen i Morgenbladet, og i anmelderens forståelse av boka. Dermed oppstår det transtekstuelle forbindelser mellom boka og de to paratekstene anmeldelsen og bloggen.

Vi har sett at Nilssen har skrevet om ting i bloggen som også står i boka, at bloggen er brukt for å innhente stoff til boka. De aktuelle bloggpostene er publisert før selve boka, og det virker også som de er skrevet forut for teksten i boka. Antakelig er innholdet i boka motivasjonen for tematikken i bloggpostene, altså er teksten på idéplan først realisert i boka, mens bloggen er utnyttet for å innhente kildemateriale. Innholdet i bloggen er dermed et resultat av arbeidet med boka, samtidig som innholdet i boka står i gjeld til bloggen. Begge tekstene tar på denne måten opp i seg den andre, tekstene har blitt til i en vekselvirkning.

Mellom de ulike elementene på omslaget finner vi flere intertekstuelle momenter. Omslagsfotografiene illustrerer forlagets oppsummering av boka: ”*Få meg på, for faen er eit absurd, humoristisk og inderleg melodrama om trongen til å bli sett av nokon*” (Nilssen 2005, fra baksideteksten). Jeg tolker bildene på omslaget dit hen at de kan leses som en oppsummering av bokas essens, det absurde i samspill med å se, bli sett og å gjemme seg. Jeg vil komme tilbake til de tekstlige forbindelsene mellom de ulike paratekstene i siste del av analysekapittelet.

SKODDEHEIMEN – ET SAMVIRKE AV UTROP, UTSIKT OG INNSYN

J. D. Salinger har valgt tausheten. Olaug Nilssen roper på oss. Gjennom tittelen, ved å skape blikkontakt, og ved å invitere oss til sitt eget litterære univers, den tenkte bygda *Skoddeheimen*, der både bøkene og bloggen hører hjemme. Bøkene hennes er knyttet til, og foregår tildels i, denne bygda. Bloggen holder til i domenet *Skoddeheimen.no*, kalles *Eit eige rom med utsikt*, og huser alt fra bloggposter og lenker til andre tekster hun har skrevet til lenker til og klipp fra anmeldelser av Nilssens bøker. I analysen over har jeg vist de

tekstlige forbindelsene som finnes mellom paratekstene. Alt er vevd inn i hverandre, og det skaper en synergieffekt. Det skaper flere kontaktpunkter, og de ulike tekstene refererer til hverandre. Nilssen oppnår en bredere kontaktflate ved bruk av fellesnevneren *Skoddeheimen*, som i seg selv blir en paratekst.

OPPFØLGERSTRATEGIEN – *EREMITTKREPSENE*

Anne B. Ragdes *Eremittkrepsene* (2005) er en direkte oppfølger av *Berlinerpoplene* (2004). *Berlinerpoplene* regnes som Ragdes gjennombruddsroman, etter at hun i en årrekke hadde skrevet bøker som solgte nokså lite. I analysen av *Eremittkrepsenes* paratekster vil jeg fokusere på forbindelsene som skapes mellom forrige bok og denne. Forholdet mellom de to bøkene er fremtredende både ved første øyekast og ved næranalyse av ulike elementer. Det viktigste bindeleddet er Anne B. Ragdes navn, samt bøkens protagonister. Jeg vil også undersøke bøkens opptreden på Bokhandlerforeningens ukentlige bestselgerliste for skjønnlitteratur, samt drøfte Bokhandlerprisens funksjon.

Et av de viktigste kjennetegnene for *Eremittkrepsenes* paratekster er at de er knyttet til *Berlinerpoplene*. Handlingen i boka er da også en umiddelbar fortsettelse av den forrige boka. Paratekstene later til å ha en sentral posisjon i arbeidet med å formidle denne fortsettelsen. For *Eremittkrepsene* kan det virke som paratekstenes viktigste funksjon å få fram forbindelsen til suksessromanen *Berlinerpoplene*. Som vi vil se i undersøkelsen av bestselgerlistene brakte utgivelsen av *Eremittkrepsene* *Berlinerpoplene* tilbake til bestselgerlistene: *Eremittkrepsene* spiller dermed altså en rolle også som paratekst for *Berlinerpoplene*. *Eremittkrepsenes* paratekster både bruker *Berlinerpoplene* som referansepunkt, og aktualiserer den på nytt. De blir på denne måten gjensidig knyttet til hverandre.

De to bøkene har endel felles paratekster, som forfatterens navn og hennes bibliografi og annet biografisk materiale, likeledes er bøkene utgitt på samme forlag. Visuelt sett er de to bøkene imidlertid ikke spesielt like, et raskt blikk på omslagene¹⁷ indikerer ikke at dette er to bøker som er så sterkt knyttet sammen. Bøkens titler er tematiske, de refererer til objekter som er viktige i noen av protagonistenes liv, men heller ikke i tittelen fremkommer det at *Eremittkrepsene* er en oppfølgerroman. Dette ser ikke desto mindre ut til å være et hovedpoeng i paratekstene forlaget står mer direkte bak. Går vi til for eksempel baksideteksten er likhetene fremtredende.

¹⁷ Se figur nr. 5 og 6.

BAKSIDETEKSTEN

Baksidetekstene handler om den samme familien, og tekstene beskriver protagonistenes liv kronologisk, baksideteksten på *Eremittkrepsene* begynner der *Berlinerpoplenes* baksidetekst ender, akkurat som i handlingen i selve bøkene. Nedenfor er tekstene gjengitt. Ord eller setninger som er mer eller mindre identiske i de to baksidetekstene har jeg markert med **fete typer**. Direkte referering til *Berlinerpoplene* i teksten bakpå *Eremittkrepsene* har jeg markert med understreking.

Fra *Berlinerpoplenes* bakside:

”Da gamle Anna **Neshov** en uke før julaften brått får hjerneslag og blir liggende for døden, må hennes **tre sønner** ta stilling til både sine egne liv og hverandres. **Erlend jobber som vindusdekoratør i København, Margido eier et lite begravelsesbyrå**, og eldstemann **Tor** på femtiseks år **driver slektsgården på Byneset utenfor Trondheim**. Brødrene har ikke hatt kontakt med hverandre på mange år.

Tor er den eneste av de tre som har barn etter seg, datteren Torunn, som han bare har møtt én gang. Nå vil Tor at hun skal komme og se **farmoren sin før hun dør**.

Berlinerpoplene er en roman om å forsøke å rive over røttene sine, bare for å oppdage at de stikker dypere enn man trodde. Og om plutselig å avdekke røtter man ikke ante fantes.” (Ragde 2004).

Fra *Eremittkrepsenes* bakside:

”**Torunn Neshov** er syvogtredve og må for første gang forholde seg til familien på farssiden, da **farmoren hennes dør**. **Faren Tor driver slektsgården på Byneset utenfor Trondheim**. Han er den eldste av **tre brødre**, og **den eneste som har barn etter seg**. Plutselig er Torunn blitt odelsjente, mens hun har bygd opp sitt eget liv i Oslo. **Margido**, den mellomste av Neshovbrødrene, som **driver et lite begravelsesbyrå** i Trondheim, slites mellom gudstro og tvil og en pågående enkefrue.

Yngstemann **Erlend**, en renommert **vindusdekoratør bosatt i København** med sin mannlige samboer, står også foran viktige livsvalg.

Med *Eremittkrepsene* har Anne B. Ragde skrevet en drivende roman der livet blir snudd på hodet for de personene vi ble kjent med i romanen **Berlinerpoplene**. De gjør så godt de kan, men er blodsband og vilje tilstrekkelig til å samle slekten? Hvor sterke er båndene mellom disse menneskene som nesten ikke kjenner hverandre?” (Ragde 2005).

Bortimot halvparten av baksideteksten fra *Berlinerpoplene* er gjentatt på baksiden av *Eremittkrepsene*. Gjenkjennelsesmomentet er altså fremtredende hvis man har lest første boka, og teksten fungerer som en kort oppsummering av *Berlinerpoplene* for nye lesere. I *Eremittkrepsene* beskrives de to yngste brødrene med flere karakteristikk enn i *Berlinerpoplene*; Margido ”slites mellom gudstro og tvil og en pågående enkefrue”, Erlend har en ”mannlig samboer” og ”står framfor viktige livsvalg”. Farmorens død står sist i *Berlinerpoplene*, først i *Eremittkrepsene*, og er overgangsmomentet mellom de to tekstene.

FORTSETTELSESMOMENTETS TILSTEDEVÆRELSE I BOKMELDINGENE

Et søk i *Atekst*¹⁸ gir treff på ni bokanmeldelser av *Eremittkrepsene*. Fire av disse betoner fortsettelsesmomentet i overskriften¹⁹ (”Moderat mellomspill” (*Nordlys*), ”Transportetappe” (*Fædrelandsvennen*), ”Unødvendig fortsettelse” (*Dagsavisen*) og ”En brutt fortryllelse” (*Adresseavisa*)). Avisene som fremhever fortsettelsesmomentet vil jeg karakterisere som mer negative enn positive i overskrift, noe som også gjelder *Dagbladets* ”Uten bærende plot”. To av avisene har en entydig positiv overskrift (”Ragde i toppslag” (*Aftenposten*) og ”Grisefin – sorgmunter bok” (*VG*)). *VG* understreker det positive inntrykket med terningkast seks. To av avisene har nøytrale overskrifter (”Popler og krepsar” (*Bergens Tidende*), som også er et hint om fortsettelse, men bare for de som husker tittelen på den første boka, og ”Anne B.s gjestebud” (*Dagens næringsliv*)). Anmelderne støtter opp om fortsettelsesmomentet, men er delte i sin bedømmelse av boka.

¹⁸ <http://www.retriever-info.com/services/archive.html> [30.01.06]

¹⁹ Jeg har tidligere (Beyer 2002) argumentert for å analysere det jeg har kalt blikkfanger i anmeldelser: overskrift, ingress og terningkast (og for teater, som refererte arbeid drøfter, også bilde med billedtekst). Disse elementene er avisas oppsummering av anmeldelsen, og de er det første leserne leser, for mange ofte også det eneste. Finn Frandsen kaller forøvrig disse elementene avisenes paratekster (Frandsen 1991).

Det generelle inntrykket er at forrige bok var bedre. Jeg kommer tilbake til dette siste i drøftingen av *Bokhandlerprisen* nedenfor.

BOKHANDLERPRISEN

Bokhandlerprisen og *Brageprisen* regnes som de to viktigste litterære prisene for skjønnlitterære bøker her i landet. Som jeg skrev i teorikapittelet har vi over 50 litterære priser i Norge, men de øvrige har liten innflytelse på hva folk leser og kjøper av bøker. *Bokhandlerprisen* utdeles årlig av *Bokhandlerforeningen*, og ble delt ut første gang i 1981²⁰. *Brageprisen*²¹ deles ut av stiftelsen *Den norske bokprisen* og er blitt delt ut siden 1992. Anne B. Ragde mottok *Bokhandlerprisen* for *Eremittkrepsene* i 2005. Jeg vil i det følgende analysere *Bokhandlerprisen* som paratekst for *Eremittkrepsene*, og i den forbindelse vil jeg også diskutere *Brageprisen* og den britiske *Booker Prize*.

Bokhandlerprisen deles ut i slutten av november hvert år, og er således svært aktuell på den tiden da de fleste av oss kjøper flest bøker, rett før jul. *Brageprisen* deles ut omtrent samtidig, men for denne kunngjøres tre nominerte titler i hver klasse tidligere, og skaper på den måten oppmerksomhet rundt flere titler enn kun vinnerne. Bokhandlerne utstyres med små bokmerker merket ”Nominert til Brageprisen”²², som kan legges inn i de aktuelle bøkene. Etter utdelingen har funnet sted utstyres vinnerne av begge prisene med et eget ”banner” rundt smussomslaget²³, noe som gjør både vinnerne og prisene synlig i bokhandelen.

Hva slags funksjon har så de litterære prisene i forhold til teksten, selve bøkene? Prisene kan sees som kvalitetsbevis for bøkene. Vinneren av *Brageprisen* er kåret av en jury bestående av faglig interesserte, men, som nevnt i teorikapittelet, med det forbehold at boka

²⁰ *Bokhandlerprisen* ble delt ut første gang i 1948. Da het den «Takk for boken»-prisen og ble tildelt Sigurd Hoel. Da tradisjonen ble gjenopptatt i 1981, etter tolv års opphold, fikk den navnet «Bokhandlerprisen». *Bokhandlerprisen* er bronsestatuetten «Takk for boken», utført av billedhugger Nils Aas. (www.bokhandlerforeningen.no [10.01.06]).

²¹ *Brageprisen* deles ut i fire klasser, skjønnlitteratur er én av de fire. Vinneren i hver klasse får en sjekk på 50000 kroner og Bragestatuetten som er laget av kunstneren Børre Larsen. (www.brageprisen.no [10.01.06])

²² Se figur nr. 7.

²³ Se figur nr. 8.

må være påmeldt og betalt kontingent for av forlaget. *Bokhandlerprisen*, som ikke krever ”påmelding”, går til den boka som får flest stemmer av alle de ansatte i bokhandlene, noen man skulle anta er blant de mer interesserte og beleste i bok-Norge. Richard Todd har skrevet boka *Consuming Fictions – The Booker Prize and Fiction in Britain Today*, der han blant annet ønsker å vise ”how the general reader now makes significant use of the Booker Prize as a consumer guide to serious literary fiction”²⁴ (Todd 1996: 61). Todd skriver at å vinne ”one of these more significant prizes [han antyder at det finnes omlag et halvt dusin av dem i Storbritannia] not only brings the novelists a cash windfall: it can exercise spectacular effects on sales figures” (ibid.: 57). Dette bekreftes på prisens webside, der det står at ”both the winner and the shortlisted authors are guaranteed a worldwide readership plus a dramatic increase in book sales”²⁵. Trond Andreassen, generalsekretær i Norsk faglitterære forfatter- og oversetterforening uttalte til Aftenposten at den som vinner Bokhandlerprisen pleier ”å doble eller tredoble salget frem til jul. Da Åsne Seierstad vant prisen, hadde hun solgt 40 000 av *Bokhandleren i Kabul*. Innen jul hadde hun solgt over 100 000” (Korsvold 2005).

De aktuelle prisene bæres av flere *medier*, og befinner seg dermed også på flere *steder*; de offentliggjøres og får stor oppmerksomhet i aviser, radio og på fjernsyn, de synliggjøres i bokhandlene ved bruk av plakater, bokmerker, bokbannere og liknende, de refereres til på forlagenes nettsider, forlagene annonser i avisene og sender ut pressemeldinger, de listes gjerne sammen med forfatterens bibliografi i senere utgivelser eller blir omtalt på bøkens omslag. Oktober forlag benyttet anledningen til å skrive følgende i en pressemelding 22. november 2005:

” Anne B. Ragde tildelt Bokhandlerprisen

I dag ble Anne B. Ragde tildelt årets bokhandlerpris for
EREMITTKREPSENE. (...)

²⁴ Booker-prisen ble delt ut første gang i 1969, og prisen er i dag på 50000 £, om lag 13 ganger så mye som Brageprisen.

²⁵ www.themanbookerprize.com [10.01.06].

Ragde har opplevd stor suksess med sine to romaner, BERLINERPOPLENE og EREMITTKREPSENE. Ragdes to romaner om de tre brødrene på Neshov gård har toppet bestselgerlistene siden EREMITTKREPSENE utkom i begynnelsen av august. Denne uken ligger BERLINERPOPLENE på første plass på bestselgerlisten for innbundne bøker, mens EREMITTKREPSENE ligger på femte plass. Ragde topper fortsatt pocketlisten med BERLINERPOPLENE.

EREMITTKREPSENE er nå trykt i et opplag på 60.000, mens BERLINERPOPLENE til sammen er trykt i et opplag på 160.000 i innbundet- og pocketutgave. Bøkene har sammen vært hovedbok i Hovedbok i Bokklubben Nye Bøker. Opplaget herfra kommer i tillegg.

Ragdes suksessromaner er solgt til sju land: Danmark, Sverige, Finland, Island, Tyskland, Færøyene og Italia.

Både EREMITTKREPSENE og BERLINERPOPLENE har fått svært god mottagelse blant kritikerne”²⁶.

Pressemeldingen fortsetter med diverse klipp fra anmeldelser av *Eremittkrepsene*. Det er bare den første setningen av pressemeldingen som kun handler om *Eremittkrepsene*, resten av meldingen nevner *Berlinerpoplene* like mange ganger, og omtaler ofte bøkene sammen, i flertall. Fikk *Eremittkrepsene* prisen kanskje delvis på grunn av *Berlinerpoplens* popularitet? Jeg har ovenfor vist at kritikerne har fokusert på oppfølgermomentet og samtidig vurdert *Eremittkrepsene* som langt svakere enn *Berlinerpoplene*²⁷.

Paratekstens hovedtema og funksjon bør klargjøres, i følge Solhjell, for å forstå dens overbevisningsmidler, fremtoning og virkning (Sohljell 2001: 83). Hovedtema for prisen som paratekst sammenfaller i stor grad med dens funksjon, det handler først og fremst om

²⁶ <http://www.oktober.no/presse/051122.html> [10.01.06].

²⁷ Tiden er inne for en helt personlig kommentar om de to bøkene. Jeg mener kommentaren er relevant fordi det er et synspunkt som stiller spørsmål ved det entydige ved paratekstenes innhold, der en kvalitet ved en bok overføres til oppfølgeren, suksessen forsøkes overført fra en bok til den neste. Selv har jeg lest begge bøkene, og syns *Berlinerpoplene* er betydelig bedre enn *Eremittkrepsene*. Der *Berlinerpoplene* makter å skape dynamikk, og ikke minst har et plot, blir *Eremittkrepsene* bare en langdrøy fortelling om hvordan livene til personene vi har møtt fortsetter. Oppfølger-perspektivet er etter min mening en redning for boka, men dette er kun rent kommersielt, litterært har Ragde tapt seg.

synliggjøring, om å trekke fram en bok som spesielt leseverdig. Hvorvidt antakelsen om at *Eremittkrepsene* fikk prisen på grunn av sitt forhold til *Berlinerpoplene* stemmer, kan denne analysen ikke gi oss svar på, men tendensene vi har sett i bruken av paratekster, og sammenhenger vi skal se på nedenfor, gjør det ikke helt usannsynlig.

BOKHANDLERFORENINGENS BESTSELGERLISTER²⁸

I sin bok om bestselgere skriver Sverre Tusvik:

”Vurdert ut frå opplagstoppane i dei siste tiåra, der ein stendig oftare ser eit enormt opplagsgap mellom den eine leiande og dei øvrige bestseljarane, ser det ut for at jamvel sjølvironiske og metareflekterande marknadsførarar stadig maktar å prove at «en bok kan ikke selge mye før den har solgt mye»” (Tusvik 1994: 143).

Eremittkrepsene ble utgitt i uke 31, og kom rett inn på femte plass på Bokhandlerforeningens bestselgerliste. Kanskje kunne *Eremittkrepsene* selge så mye nettopp på grunn av *Berlinerpoplene*? Samme uke kom *Berlinerpoplene* tilbake på lista, på syvendeplass. Den hadde vært ute av lista siden uke seks, men den hadde figurert på bestselgerlista for pocketbøker siden pocketutgaven ble lansert i uke 10. Den innbundne utgaven ble lansert med spesialpris (98 kroner i bokhandelen) fra forlaget i forbindelse med utgivelsen av *Eremittkrepsene*²⁹. Fra uke 32 til og med uke 49³⁰ var både *Berlinerpoplene* og *Eremittkrepsene* på topp fem av bestselgerlista. *Berlinerpoplene* var på førsteplass 12 av ukene, *Eremittkrepsene* én uke, i uke 35. Det ble spesielt mye oppmerksomhet da *Berlinerpoplene* utfordret Dan Browns *Da Vinci-koden* på førsteplassen i uke 32. Til da hadde Brown toppet lista hele året, flere ganger hadde han også andre og tredje plassen.

²⁸ Hentet fra de ukentlige bestselgerlistene til Bokhandlerforeningen, tilsendt fra dem til meg på forespørsel. Lista publiseres hver uke i flere aviser, blant andre Dagbladet.

²⁹ I forbindelse med den nye bokavtalene gjeldende fra 1. mai 2005 kan forlagene sette ned prisene på bøker utgitt året før fra 1. mai. Tidligere kunne prisendring tidligst skje ett kalenderår etter utgivelsesåret. Den nye avtalen gjorde det mulig for Oktober forlag å selge *Berlinerpoplene* svært billig til bokhandlene, og på den måten forsøke å skape økt interesse for *Eremittkrepsene*.

³⁰ Det er så langt statistikken går i skrivende stund (03.01.06).

I *Bokklubben Nye Bøker* var *Eremittkrepsene* og *Berlinerpoplene* hovedbok sammen i august 2005³¹. De ble solgt til en samlet pris på 313 kroner, som er prisen på *Eremittkrepsene* med maksimalt tillatt rabatt (12,5%). *Berlinerpoplene* fikk medlemmene altså gratis med på kjøpet. *Eremittkrepsene* har vært solgt med 12,5% rabatt i mange bokhandler, og *Berlinerpoplene* har vært tilbudt kundene for 98 kroner i innbundet utgave. Popularitet og medieoppmerksomhet, flere salgskanaler og spesialtilbud har ført til eksepsjonelt høye salgstall for de to bøkene. Da Ragde mottok Bokhandlerprisen 22. november meldte flere aviser at bøkene hadde solgt i 300.000 eksemplarer (Korsvold 2005). Salgstallene overgår de fleste andre titler, selv om det er samlet for de to bøkene. Til sammenlikning har vinnerne av *Bokhandlerprisen* for 2003 (Per Petterson) og 2004 (Levi Henriksen) solgt henholdsvis 140 000 og 45 000 av titlene de mottok prisen for (Larsen, H. 2005). Effekten for Ragde har vært dobbel, prisen har fått innvirkning på salget av begge bøkene.

Bokklubben er en salgskanal i særstilling, gjennom ordningen med én hovedbok hver tredje uke fronter den kun et fåtall titler³². Forfattere som oppnår å få sin bok utgitt som hovedbok i *Bokklubben* er nesten garantert et relativt godt salg. Både Henriksens og Pettersons bøker har dessuten blitt utgitt som hovedbøker i *Bokklubben* etter at de fikk *Bokhandlerprisen*, trolig som en effekt av at de har fått prisen. *Bokklubben* er en spesiell avsender av paratekster. De er selger av bøkene, men i presentasjonen av bøkene benytter de seg av en form nær opptil anmeldelsens, eller snarere den positive anmeldelsens presentasjon. Dermed blir det kanskje lest mindre som reklame enn det egentlig er? Dette spørsmålet kunne vært utgangspunkt for en interessant resepsjonsanalyse, men det ligger utenfor denne oppgavens omfang.

³¹ *Berlinerpoplene* hadde vært ekstrabok i samme bokklubb i august året før, dette var før Ragdes kommersielle gjennombrudd, og den nådde da altså ikke opp til hovedboksjektet.

³² Bokklubben trykker sin egen utgave av forlagets bok, og har spesielle avtaler om inntektsfordelingen. Til og med april 2005 hadde Bokklubben et salgsfortrinn ved at de kunne selge bøkene med 25% rabatt i forhold til bokhandlens utsalgspris. Med innføringen av den nye bokavtalen 1. mai 2005 ble dette endret, alle salgskanaler kan nå gi inntil 12,5% rabatt på skjønnlitterære bøker. Tidligere har det vært spekulert i om bokklubben har presset opp prisene på de bøkene de har inngått avtaler om, for så å sette dem ned 25% og dermed virke ekstra gunstig i forhold til andre salgskanaler. Dette er imidlertid ikke like interessant etter at alle kan selge bøkene til samme pris.

INTERTEKSTUALITET GIR ØKT SALG

Analysen over danner utgangspunktet for en vurdering og diskusjon av det transtekstuelle forholdet bøkene og paratekstene står i til hverandre. Jeg har vist at endel av paratekstene for de to bøkene er sammenfallende, og at paratekstene til *Eremittkrepsene* ofte refererer like mye til *Berlinerpoplene* som til *Eremittkrepsene*.

Som jeg skrev i teorikapittelet er Genettes definisjon av intertekstualitet ”a relation of co-presence between two texts or among several texts: that is to say, eidetically and typically as the actual presence of one text within another” (Genette 1997b: 1-2). Dette beskriver forholdet mellom de to bøkene godt. *Eremittkrepsenes* paratekster tar opp i seg *Berlinerpoplene*; baksideteksten på *Eremittkrepsene* samsvarer i stor grad med *Berlinerpoplens* baksidetekst, forlagets pressemelding da Ragde ble tildelt *Bokhandlerprisen* for *Eremittkrepsene* handler like mye om *Berlinerpoplene*, anmeldelsene av *Eremittkrepsene* er basert på kjennskap til *Berlinerpoplene* og drøfter de to bøkene opp mot hverandre. Effekten av intertekstualiteten er økt salg; den som leser den ene motiveres til også å lese den andre. Så var det jo også først da *Eremittkrepsene* kom, at salget av *Berlinerpoplene* virkelig tok av.

EFFEKTEN AV EN SUKSESS

I analysen har vi sett hvordan *Eremittkrepsene* og *Berlinerpoplene* bindes sammen av felles paratekster og ved at den ene bokas paratekstene refererer til den andre boka. Dette gjøres med bakgrunn i at *Eremittkrepsene* er en oppfølgerroman. Jeg har derfor valgt å bruke oppfølgerstrategien som betegnelse på det jeg anser som *Eremittkrepsenes* paratekster sin mest fremtredende oppgave.

Ragdebølgen, som følge av suksessromanene *Berlinerpoplene* og *Eremittkrepsene*, ser ut til å vedvare, og opprettholdes ikke minst av media, som for eksempel når *aftenposten.no* 8. januar skriver om vårens bokslipp og skriver at ”Anne B. Ragdes «Bunnforhold» er blant nyhetene fra norske forfattere” (Andenæs 2006). *Bunnforhold* er Ragdes roman fra 1997 og kan vanskelig kalles en nyhet. Nyheten er at den nå kommer i pocketutgave, forlaget *Tidens* svar på Ragdes popularitet og ønske om inntjening på en roman som da den kom ble utgitt ikke solgte på langt nær så mye som den ville solgt hvis den ble utgitt i dag. Selv mener

Ragde at de to siste bøkene ikke er hennes beste, foran dem rangerer hun blant andre *En kald dag i helvete*, som også kommer i pocketutgave på *Tiden*. ”Den er min tredje beste bok. «Tiger for en engel» og «Arsenikktårnet» er de to beste, roper hun inn i telefonen fra Trondheim” (Kvalshaug 2006), og sørger dermed for at folk blir oppmerksomme på at det er flere titler knyttet til parateksten ”Anne B. Ragde”.

GOURMETSTRATEGIEN – LA DEN RETTE KOMME INN

La den rette komme inn (2005) er John Ajvide Lindqvists debutroman, og utkom på svensk i 2004. Den fikk god mottakelse både i Sverige og i Norge, og oversetter Henning Gundersen og Damm forlag fikk Bokklubbenes skjønnlitterære oversetterpris for boka. *La den rette komme inn* blir i skrivende stund filmatisert.

SERIE OG SERIEDESIGN

I en pressemelding fra Damm i januar 2005 ble en ny serie med oversatt skjønnlitteratur lansert.

“Damm etablerer i 2005 en ny serie med oversatt skjønnlitteratur. Redaksjonssjef John Erik Riley sier «planen er å slippe to eller tre bøker i halvåret. Bøkene skal alle være sterke fortellinger som er tematisk utfordrende og språklig sikre». De tre første bøkene utgis i april. Da kommer *Chuck Palahniuks* rocka og samfunnskritiske bok *Nedtelling* (Palahniuk er forfatteren bak romanen *Fight Club*), svenske John Ajvide Lindqvists thrillerpregede debut *La den rette komme inn*, og den mer ettertenksomme og stillferdige romanen *Happy Baby* av amerikanske Stephen Elliott. Alle, ifølge Riley, bøker som fortjener nysgjerrige, årvåkne og sultne lesere. Lesere som vil bli utfordret.”³³

Serien fortsatte med utgivelsene *Sjampoplaneten* av Douglas Coupland og *Typisk meg* av Jay McInerney høsten 2005³⁴. På Damms nettsider var de fem bøkene i høst (2005) annonsert for under banneret ”Utfordrende lesning”³⁵. Dette er en av måtene forlaget viser at bøkene er en del av en serie på. Inne i bøkene, på siden der blant annet originaltittel og opphavsrettigheter står, står det også: ”Omslag og seriedesign: Asbjørn Jensen”. I det følgende er det nettopp omslaget og seriedesignet jeg vil analysere.

³³ Pressemelding: *Omfangsrikt vårslipp fra Damm* 07.01.05.
http://www.damm.no/presse/omfangsrikt_vaarslipp_fra_damm [24.01.06]

³⁴ Per januar 2006 kan jeg ikke se at det er lansert flere bøker i serien.

³⁵ http://www.damm.no/skjoennlitteratur_voksne [09.12.05] Se figur nr. 9.

Seriedesignet skiller seg fra andre skjønnlitterære norske utgivelser både uttrykks- og innholdsmessig³⁶. Boka er innbundet i grov papp, og med kraftig tekstil i ryggen (lilla farge våren 2005, lyseblå høsten 2005). Øverst på forsiden, med svarte ”inngraverte” versaler står forfatterens navn og bokas tittel. På nedre halvdel av forsiden er det pålimt en kvadratisk etikett. På venstre halvdel av etiketten er det et fotografi, på *La den rette komme inn* er det et foto av halsen og haka til en person som er opp ned. Høyre halvdel består av fire felt under hverandre; øverst oppsummeres bokas handling i noen få setninger (”I en av Stockholms forsteder blir et lik funnet, tømt for blod. Ritualmord? Eller en vampyrs verk?”), under dette gjentas forfatterens navn, bokas tittel, og det står ”Med mini-essay av Johan Harstad”, under dette er bokas strekkode, og nederst er forlagets logo. Alle bøkene i serien har samme design; bildet på venstre side på forsiden er en illustrasjon til handlingen, *mini-essayene* er skrevet av relativt kjente norske forfattere (foruten Johan Harstad, Jón Sveinbjörn Jónsson, Henrik Langeland, Morten Abrahamsen og Mattis Øybø).

På baksiden av boka er det pålimt en etikett som dekker det meste av flaten. Overskriften er ”Kom inn” og under det, med større bokstaver står det ”av Johan Harstad”. Deretter følger det annonserte mini-essayet, og helt nederst er forlagets logo, nettadresse samt opplysninger om hvem som har laget omslaget.

Bakerst i boka, etter selve handlingen er slutt, og etter en form for *forfatterens etterord*, på sidene som vanligvis er blanke, er det et forfatterportrett³⁷. Det er på første høyre side etter teksten slutter, og med noen få blanke sider etterpå. Det er et bilde av forfatteren, og en kort biografi, som blant annet knytter forfatteren til innholdet i boka.

La den rette komme inn er den eneste av titlene i serien som hittil er kommet i pocketutgave, omslaget på denne utgaven er tilsvarende det originale, svenske omslaget, og har altså ikke seriens særpreg.

³⁶ Se figur nr. 10. Analysen er kun basert på *La den rette komme inn*, men beskriver også fellestrekk for alle bøkene i serien.

³⁷ Se figur nr. 11.

Felles for bøkene er at de er skrevet av menn, utvalgt av en mann og presentert av menn. Er det en serie som henvender seg spesielt til menn? Dersom bøkene var skrevet av kvinner, utvalgt av en kvinne og presentert av kvinner, ville den trolig blitt omtalt som kvinnelitteratur. Menn unnslipper imidlertid ofte å bli kategorisert etter kjønn. Som vi husker fra teorikapittelet spør Genette om "we ever read «a novel by a woman» exactly as we read «a novel» plain and simple, that is, a novel by a man" (Genette 1997a: 7), og mener forfatterens kjønn er eksempel på en paratekst som ikke er eksplisitt, men likevel vesentlig. Det er ikke eksplisitt uttalt at det, hvertfall hittil, kun er mannlige forfattere i serien, noe som bekrefter relevansen i Genettes spørsmål.

BLURB – MINI-ESSAY SOM PRESENTASJON

Ordet *blurb* betyr forlagsreklame, omslagstekst eller vaskeseddel (Kirkeby 1996). Blurb kan stå på forsiden eller baksiden av omslaget, i følge Genette, som klassifiserer bøkens omslag som forleggerens peritekst.

"Press quotations or other laudatory comments about earlier works by the same author or, indeed, about this work itself, if it is a new edition or if the publisher has been able to obtain such comments before publication (this latter practice is what the British and Americans customarily refer to by the evocative term *blurb* or, more literally, *promotional statement*, an equivalent of the French *bla-bla* or *baratin* [patter])" (Genette 1997a: 25).

Begrepet *blurb* oppsto i USA for snart hundre år siden, som en kommentar til overdreven omslagsskryt.

"Ja, faktisk er selve ordet *blurb* grunnleggende satirisk. Det ble nemlig oppfunnet av humoristen Gelett Burgess da han skulle presentere sin siste bok for bokhandlerne i American Booksellers Association i 1907. Bak på boken skrev Burgess det mest pompøse nonsens han kunne tenke seg – en parodi på superlativsyken rundt bøker – og underskrev med det oppdiktete navnet Barbara Blurb. Bokfolket syntes tydeligvis parodien var treffende, for bare noen år senere var ordet blitt standard i bransjen" (Farsethås 2005a).

Genette skriver at bruken av blurb i USA er blitt så vanlig at det har mistet mye av sin makt (Genette 1997a: 111). Blurb er like fullt fortsatt mye brukt. I Norge er det, ifølge Farsethås, et relativt nytt fenomen. Hun skriver at det bare er “drøye to år siden *Wonderboy*, med forhåndsanbefalingen «Gnistrende lesning!» fra Olaf Thommessen, åpnet slusene, og aldri har vi fått så mange bøker prydet med ros fra høyt og lavt inn på pulten som i høst” (Farsethås 2005a). Før det var norske bokomslag ”jomfruelige fri for annet skryt enn de smulene anmelderne hadde å by på” (ibid.). Bruken av blurb vil bli diskutert i samtlige av de resterende analysene i denne oppgaven, og vi vil se at blurb brukes svært ulikt på ulike utgivelser.

Mini-essayene bakpå Damms serie er en slags utvidet blurb. “Blurben er (...) ikke nødvendigvis forbeholdt kommersen. Like viktig kan det være å vise at man har de troverdige kreftene på sin side” (ibid.). Johan Harstad, som har skrevet om *La den rette komme inn*, benytter seg av ulike grep i sin, la meg kalle det introduksjon, til boka. Essayet er skrevet i en mer skjønnlitterær stil enn baksidetekster ofte er, og Harstad legger seg nært opp mot den språklige tonen Lindqvist bruker i boka. Harstad går i dialog med bokas hovedperson, snakker til ham, omtaler ham i andre person entall. Det gir nærhet til boka, det drar leseren inn i historien, før hun har begynt å lese den. Harstad beskriver miljøet rundt handlingen; og han nevner litterære og kulturelle referanser i fleng, i et forsøk på å plassere boka. Han skriver:

”Svenske anmeldere nevnte Stephen King, for det kunne jo likne, kunne det ikke? *Jo, for så vidt*. Og Anne Rice? *Jo da, en slags vampyr her også*. Det er jo en skrekkroman, til syvende og sist, er det ikke? *Ja, jo*. (...) en roman som kanskje kan beskrives som en sammenblanding av Lars von Trier og Roy Andersson. Eller Jonas Gardell og Lukas Moodyson” (Fra baksiden).

Redaktør Riley forklarer tanken bak denne formen for omslagstekst i et intervju med Nils-Øivind Haagensen.

”Den nye løsningen med «mini-essays» eller altså nyskrevne forfatterpresentasjoner gjort eksternt er langt å foretrekke framfor den klassiske «denne boka er fantastisk bra» hilsen forlaget. (...) Tanken var å i

stedet for den vanlige skryteteksten fra forlaget finne fram til en leser som kunne si noe ordentlig om bøkene. (...) Det er også noe med å la en ekstern person vurdere boka, skrive et slags etterord. Det blir kanskje mindre klamt, mer dynamisk, og jeg ønsker meg mer av dette i norsk forleggeri. For eksempel, da den amerikanske poeten Allen Ginsberg ga ut sin mest kjente samling «Howl» i 1956, inneholdt den også en tekst skrevet av William Carlos Williams og hvorfor eller hvordan kan det være en dum ting? Det utvider lesererfaringen på alle måter, og bør ikke bare forbeholdes 30 år gamle bøker” (Haagensen 2005b).

Mini-essayforfatterens rolle ligner opinionsledernes³⁸, de formidler forleggerens preferanser, går gode for forleggerens utgivelser og får dermed andre, leserne, til å legge merke til og velge seg bøkene.

Mini-essayet korrigerer i dette tilfellet forsidetekstens antydning om at det er en krim (gjengitt tidligere). Harstad legger vekt på at boka mest av alt er en oppvekstskildring: ”en virkelig skjønnlitterær skrekkroman som samtidig er den vareste historien om barn som sakte, men sikkert forelsker seg under den grå himmelen i Sveriges Blackeberg høsten 1981” (fra baksiden). Han setter selv ord på hvordan oppvekstskildringen overskygger krimten: ”En roman hvor redselen for å ha med blodtørstige skapninger å gjøre fullstendig overskygges av redselen for å bli utstøtt, gått fra, eller absolutt verst av alt: *Ikke elsket*” (ibid.).

MINI-ESSAY – EN HYBRID

Hva slags paratekst er så mini-essayene? Riley kaller dem ”et slags etterord”, og hevder at deres oppgave er å ”utvide lesererfaringen” (Haagensen 2005b). Samtidig står de plassert som en baksidetekst. Går vi til Genette, skriver han både om for- og etterord og om baksidetekster, som går under betegnelsen ”the please-insert”. Uttrykket ”please-insert” har sin opprinnelse fra da det ble brukt om ”a printed insert that contains information about a work and is attached to the copies addressed to the critics” (Genette 1997a: 104). Det

³⁸ Teorien om opinionslederskap stammer fra den såkalte tostegshypotesen lansert av Paul Lazarsfeld i forbindelse med forskning på hva folk ville stemme ved presidentvalget i USA i 1940. Teorien er stadig aktuell i forbindelse med markedskommunikasjon, selv om den er for enkel til å forklare påvirkning alene.

dekker imidlertid også former som verken er et vedlegg eller er adressert til kritikerne. Genette utvider termen til å betegne “a short text (generally between a half and a full page) describing, by means of a summary or in some other way, and most often in a value-enhancing manner, the work to which it refers – and to which (...) it has been joined in one way or another” (Genette 1997a: 104-5). Om forholdet mellom for- og etterord skriver Genette at etterord er ”much less effective, for it can no longer perform the two main types of function we have found the preface to have: holding the reader’s interest and guiding him by explaining how and why he should read the book” (ibid.: 238). Mini-essayet har dermed mer til felles med forord enn etterord; det etablerer kjennskap til romankarakterene, det beskriver romanens innhold og tematikk. Genette diskuterer også avsenderens rolle. ”When an author is anxious to highlight his merit, talent, or genius, he generally prefers – not unreasonably – to entrust this task to somebody else by way of an allographic preface, sometimes a highly suspect one” skriver Genette (ibid.: 207). Han siterer et brev fra Flaubert til Zola, der Flaubert skriver: ”I find fault only with the preface. In my opinion, it spoils your book, which is so impartial and so lofty. You give away your secret: that is carrying candor too far; and you express your opinion, something which in my poetics a novelist hasn’t the right to do” (ibid.: 230). Mer vanlig er det at ”I, X, tell you that Y has genius and that you must read this book” (ibid.: 267). Heldigvis, skriver Genette, forblir imidlertid anbefalingen implisitt, forordet i seg selv er en anbefaling (ibid.: 268). Anbefalingen kommer gjerne fra en forfatter som er mer etablert, når det gjelder oversettelser fra en som er bedre kjent i landet, for opptrykk av klassikere fra en nålevende, og ofte noen som kan tilføre verket noe nytt, en fortolkning (ibid.). Slik er også de såkalte etterordene i Damms serie ment, fra ”en leser som [kan] si noe ordentlig om bøkene” (Riley sitert av Haagensen 2005b).

Lesningen skiller seg ikke i tid fra andre baksidetekster, men sannsynligvis fra for- og etterord, som ikke leses før man enten har besluttet å lese boka, har lest boka, eller i det minste vurderer så nøye å lese boka at man leser for- eller etterordet. Mini-essayet er ved sin plassering lettere tilgjengelig enn et for- eller etterord. Mini-essayet fremstår som en hybrid mellom et forord og en baksidetekst; innholdsmessig likner det forordet, men plasseringen gjør at lesningen av det tilsvarer lesningen av en baksidetekst. Forlaget gir

leserne av baksideteksten et essay som sammenliknet med andre baksidetekster er mer innholdsrikt og velskrevet, det har en litterær verdi i seg selv, og det framstår som mer troverdig i sin anbefaling enn en baksidetekst direkte fra redaksjonen, uten en navngitt avsender.

MED TANKE PÅ KJENNERNE AV LITTERATUREN

Vet du ikke hvem Johan Harstad er, mister essayet en viktig kontekst og konnotasjon. Kjenner du ikke de litterære og kulturelle referansene i essayet, blir heller ikke boka plassert litterært og kulturelt. Damm har ikke valgt den enkle, vanlige og dermed for de fleste intuitivt begripelige henvendelsesformen. De har snarere valgt en eksklusiv strategi, eksklusiv både i betydning ekskluderende, ved at mange ikke får utbytte av den, og i betydning spesiell og utsøkt, en litteraturkjenners presentasjon til andre som vil kjenne.

Etikettene på omslaget erstatter det vanlige smussomslaget. Omslaget ser uflidd ut, samtidig som det har et seriøst preg og gir inntrykk av seriøs litteratur. Det kan minne om, men er mer forseggjort enn, en serie som kom på Pax forlag på slutten av 90-tallet, kalt *Litterær Palimpsest*. Haugen bok skriver om serien at ”Palimpsest skriver seg fra Latin og betyr lag på lag. Serien er utstyrt med et meget originalt bind-design i røff, stiv papp som står i stil med det kresne litterære utvalget”³⁹. Også Damms serie har et kresent litterært utvalg. Det at det er andre forfattere som presenterer (og anbefaler) bøkene er også mest interessant for de spesielt interesserte, de som kjenner til disses forfatterskap, og som derfor ønsker å stole på deres bedømmelse. Johan Harstad er selv positiv til praksisen med å la andre forfattere presentere bøkene, og han kommer inn på opinionslederaspektet ved tekstene :

“Særlig fordi det gjelder oversatte bøker. Dem kan det ofte være vanskelig å få folk til på lese, med mindre det er de store, kjente navnene. Jeg har det også ofte sånn at hvis jeg ser en forfatter jeg liker gå god for ei bok jeg aldri har hørt om, så hjelper det meg på vei. Gjør meg nysgjerrig.” (Haagensen 2005b).

³⁹ Fra Haugen boks omtale av serien: <http://www.haugenbok.no/visverk.cfm?tt=1&cid=135879> [16.02.06]

Som del av en serie er boka i dialog med de andre bøkene i samme serie. Serien knytter bøkene sammen, de har endel felles paratekster og serietilknytningen skaper en form for intertekstualitet mellom bøkene. Ser vi litt nærmere på utgivelsene, kan det se ut som Damm forsøker å skape en form for kultserie. Douglas Coupland kjenner vi som forfatteren av *Generation X*, Chuck Palahnuik skrev *Fight Club*. Disse bøkene nevnes fra før gjerne sammen, og forfatterne har gjort opplesninger sammen, og de to regnes som to av USAs mest originale og spennende moderne forfattere. Bare to av bøkene i serien er helt nye, *La den rette komme inn* (2004) og *Happy Baby* (2004). De øvrige er fra 1988, 1992 og 1999 og er altså bøker som lenge før utvelgelsen til serien har fått sin bedømmelse og anerkjennelse. Alle bortsett fra Lindqvist er dessuten etablerte forfattere, noe det ser ut til at også Lindqvist begynner å bli, han høster glimrende kritikker også for sin siste bok *Hantering av odöda* (2005).

Redaktør Riley vil med serien utgi ”bøker som fortjener nysgjerrige, årvåkne og **sultne** lesere.”⁴⁰ Jeg mener Riley (og hans medarbeidere omslagsdesigneren og essayforfatteren) lykkes i å skape en implisitt leser som stemmer overens med lesertypen han beskriver. Omslaget har et seriøst preg, baksideteksten er lengre og mer krevende enn vanlig. Den er renskåren, det er ikke fremhevede sitater verken fra Harstad eller fra andre. På denne måten skiller den seg fra mer kommersiell blurb, anbefalingen når bare fram til de som tar seg tid til å lese hele essayet. Dermed mener jeg omslaget evner å henvende seg til nettopp de nysgjerrige, årvåkne og sultne leserne, de som vil bli utfordret, slik Riley ønsker seg.

⁴⁰ Pressemelding: *Omfangsrikt vårslipp fra Damm* 07.01.05, min uthevning.
http://www.damm.no/presse/omfangsrikt_vaarslipp_fra_damm [24.01.06]

PERSONFOKUSSTRATEGIEN – ZAHIR

Zahir (2005) er skrevet av den verdenskjente, suksessfulle, og mestselgende⁴¹ brasilianske forfatteren Paulo Coelho. I analysen av *Zahir* vil vi igjen møte blurb-begrepet, denne gangen vurdert av meg, og enkelte anmeldere, som en mer vulgær form for omslagsskryt. Jeg vil også diskutere forhåndsdømming av litteratur på grunnlag av paratekstene, begrepet *grabability*, referanser til annen litteratur samt forfatterens rolle som bindeledd mellom paratekstene og selve boka.

OM Å DØMME EN BOK ETTER PARATEKSTENE

Jeg kan like godt komme med en innrømmelse med en gang. Da innhenting av det empiriske materialet var i gang, og jeg hadde skaffet bøkene jeg ville analysere og skulle plassere disse på skriveplassen min, satte jeg *Zahir* med bokryggen inn mot veggen. Jeg ønsket ikke å gi mine medstudenter inntrykk av at dette var en bok jeg hadde. De fleste av oss er oppmerksomme på hvilke signaler vi sender ut, hva slags image vi ønsker oss, og et blikk i noens bokhylle er med på å gi oss et inntrykk av hvem vi tror eieren av bokhylla er. De andre bøkene i analysen har jeg, med glede, lest på t-banen, *Zahir* ville jeg helst lest et sted ingen kunne se meg⁴². Paratekstene er sterke, boka har et uttrykk jeg ikke identifiserer meg med, en forfatter jeg ikke vil kjennes ved å lese. Det er ikke lett, som forsker, å legge fra seg fordommene. Så er det da heller ikke nødvendig, så lenge man gjør rede for dem, og er oppmerksom på dem. Dette er en metodisk, snarere enn en analytisk kommentar, men jeg velger likevel å ha den her, som en påminnelse til leseren om mitt utgangspunkt for denne analysen. *Zahir* er for meg et skrekkeeksempel, både litterært og paratekstelt.

Dag Solhjell skriver også om det å dømme noe etter paratekstene:

⁴¹ I følge www.zahir.no ble Coelho kåret til verdens mestselgende romanforfatter av *The Daily Telegraph* i 2005. [27.02.06]

⁴² Selv om det ikke var strengt nødvendig for gjennomføringen av analysen, har jeg ønsket å lese de bøkene jeg tar for meg i analysen. Bøkene ble, som beskrevet i metodekapittelet, valgt på bakgrunn av de paratekstuelle elementene, jeg hadde ikke lest noen av bøkene på forhånd. Som vi har sett i analysen til nå, har jeg i noen tilfeller referert til innholdsmessige aspekter i bøkene, og pekt på forhold ved paratekstene som jeg ikke ville vært klar over hvis jeg ikke hadde lest bøkene.

”Selv føler jeg ofte at jeg bare ved å kikke et par sekunder inn i et kunstgalleri, ja selv uten å gå inn, kan plassere galleriets og utstillingens kunstneriske posisjon – dets kunstsyn – i grove trekk. Dette ser jeg bare delvis på kunstverkene – som jeg altså ikke alltid behøver å se. Jeg ser det også på paratekstene – både deres innhold, de kontekster de viser til og deres ytre fremtoning, altså på deres retorikk. Og jeg behøver ikke en gang se mange paratekster – det holder noen ganger med et par blikk på for eksempel hva galleriet kaller seg, kunstnerens navn, utstillingens navn eller på katalogen” (Solhjell 2001: 231).

Er det slik også med bøker, at et raskt blikk på enkelte av bøkens paratekster ofte er nok for oss til å avgjøre om boka er en vi kan ha interesse av å lese? Einar Økland skriver i boka *Norske bokomslag 1880-1980* at ”den som vil trasse ordtakinget og gjere det ein ikkje skal, «skue hunden på hårene» og «judge a book by its cover», framleis kan gjere uventa oppdagingar og eigne, glade funn på bokframsidene” (Økland 1996: 115). Økland kommer også med konkrete eksempler på hvordan omslag ikke passer overens med bokas innhold: ”Mot slutten av 60-åra byrja vi sjå bokomslag i såkalla psykedelisk stil – men få av desse bøkene hadde eit innhald som ivra for rusopplevingar, hallusinasjonar og uansvarleg fantasinyting. Det var berre omslagsteiknaren som var i pakt med eit stiluttrykk i samtida” (ibid.: 126).

Cat Yampbell skriver i artikkelen ”Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature” at når ”a bookstore’s shelves are filled with unknown books and authors, a book’s cover must provide visual intrigue to entice a consumer. (...) The book must visually leap of the shelf and «grab» the consumer’s attention so that the consumer will «grab» the book” (Yampbell 2005: 348-9). Artikkelforfatterens tese er at uavhengig av litterær kvalitet, er det omslaget, og spesielt det visuelle aspektet ved det, som avgjør bokas suksess. Artikkelens empiri er en og samme ungdomsbok som ble utgitt i fem forskjellige utgaver, med fem forskjellige omslag av fem forskjellige designere, i løpet av ti år, og Yampbell drøfter hvordan de ulike omslagene er uttrykk for forlagets strategi for å appellere til ulike, og nye, lesersegmenter. Hun viser hvordan omslagene har vært forsøkt rettet også mot gutter, og viser til en undersøkelse som viser at gutter er ”more influenced by a book’s cover than girls” (ibid.: 365), men at “the most important single factor

concerning preferences for characters is that of being the same sex” (ibid.), og kanskje nettopp fordi den aktuelle boka handler om jenter har forlaget ikke lyktes med å nå guttene⁴³. Jeg vil i det følgende se på det visuelle aspektet ved *Zahirs* omslag, på jakt etter omslagets *grabability* (jf. Yampbell 2005).

GRABABILITY – VISUELLE PARATEKSTER

Hele smussomslaget⁴⁴ er oransje, dypt oransje nederst glidende mot gult øverst. Det viser et ørkenlandskap, der det gule er himmelen, det oransje er bakken og mellom dette er det sandfargete ørkenåser. Midt på forsiden ser vi en kvinne i silhuett, og skyggen av henne.

På den bakre innbretten er det satt inn et bilde av forfatteren, også han i et dust landskap (ifølge billedteksten er det forfatteren i Kasakhstan). Forfatterportrettet skiller seg fra normen ved at det er i farger, og ikke kun av ansiktet, men et halvnært utsnitt av forfatteren fra lårene og opp. I en artikkel i Morgenbladet i forbindelse med utgivelsen av boka *Writers* av fotografen Nancy Crampton, har journalist Bjarne Riiser Gundersen snakket med forskjellige bransjefolk om forfatterportretter, og kommer fram til at normen er "Kulturlooken (...): alle de sobre ansiktene, de rynkede øyenbrynene, den svart-hvite eksponeringen" (Gundersen 2005). Gundersen siterer Mark Strand, som i forordet til boka skriver "Vi finner aldri det vi leter etter og likevel fortsetter vi å søke. Men så langt har intet ansikt noen gang kastet lys over en tekst, og ingen tekst har fortalt oss at den ble til på grunn av et ansikt" (ibid.). Når jeg ser bildet av Coelho, der han står avbildet i et landskap som også er sentralt i boka, tolker jeg dette som nettopp et ønske om å skape en sterk forbindelse mellom forfatteren og teksten. I baksideteksten kan vi da også lese at "Letingen etter den elskede sender **forfatteren** ut på en lang reise, fra Paris til Balkan og videre til steppene i **Sentralasia**" (Coelho 2005, mine uthevinger). "Forfatteren" viser til hovedpersonen i boka, men, stilt sammen med forfatterportrettet av Coelho, blir det også nært knyttet til forfatteren av boka og hans reiser.

⁴³ Yampbell skriver om ungdomsbøker, der kjønnsaspektet nok er viktigere enn for voksenbøker.

⁴⁴ Se figur nr. 12.

Teksten på omslaget er i hvitt og svart. På forsiden, i hvitt, står forfatterens navn, i versaler, større enn og over tittelen, hvis font er kursivaktig. Med mindre versaler står undertittelen ”EN ROMAN OM BESETTELSE”, og i svart finner vi øverst på siden teksten ”NY INTERNASJONAL BESTSELGER FRA FORFATTEREN AV *ALKYMISTEN* OG *ELLEVE MINUTTER*”, samt forlagets logo nederst. På ryggen gjentas forfatterens navn, tittelen og forlagets logo, i motsatt farge av på forsiden. Baksideteksten er midtstilt, og består av en overskrift etterfulgt av fem avsnitt. De tre første i svart, regulær font, det fjerde, som forklarer ordet *Zahir* er i kursiv og det nederste står med hvite bokstaver og er et sitat hentet fra en tysk avis. Under dette finner vi igjen forlagets logo og så en strekkode innrammet av bokas ISBN-nummer og forlagets internettadresse. Forfatterens navn er det elementet som står i størst typer på omslaget, både på forsiden og på ryggen, det står i versaler, og på forsiden står det midtstilt litt nedenfor midten, det er et blikkfang. Mens Salinger ønsker at tittelen skal være i større typer enn forfatternavnet, er det omvendt for Coelho (selv om dette muligens ikke er et resultat av et krav fra forfatteren, som i Salingers tilfelle). I tillegg virker det som et sentralt poeng å knytte *Zahir* til den velkjente *Alkymisten* (og den noe mindre kjente *Elleve minutter*). Dette gjøres i teksten øverst, der det står ”fra forfatteren av”, for de som ikke husker Coelho's navn, men som kjenner denne eller disse tittelen/titlene. For, som Michel Foucault skriver i sitt essay ”Hva er en forfatter” ([1969] 2003):

”Forfatterens navn er ikke bare et element i en diskurs (subjekt eller objekt, kan erstattes av et pronomen etc.); i forhold til diskursene utøver det en bestemt rolle og sikrer en klassifiserende funksjon. Et slikt navn tillater en å samle et antall tekster, definere, skille og kontrastere dem med andre. I tillegg etablerer det et forhold mellom tekstene” (Foucault [1969] 2003: 292).

Alternativt kan vi bli minnet om forfatteren av kjente titler, og dermed skapes interesse for andre titler av forfatteren, forfatternavnet blir et viktig merkenavn, som forlaget bruker som *branding* for produkter, nemlig forfatterens bøker. For, som Genette skriver: “if the text is an object to be read, the title (like, moreover, the name of the author) is an object to be circulated” (Genette 1997a: 75).

I desember 2005 var det en reklamekampanje for *Zahir* på t-banen i Oslo⁴⁵. Overskriften på reklamen er den samme teksten som står øverst på boka (gjengitt over). Fargen på plakaten er den samme som på omslaget på boka. Videre er det fire bilder, av de to bøkene det er referert til i overskriften (og altså på bokas forside), av *Zahir* og av Coelho selv. De tre bøkene er merket med opplagstall (henholdsvis 200 000, 60 000 og 55 000). Bildet av Coelho er et klassisk forfatterportrett, i tråd med beskrivelsen av slike i nevnte avisartikkel: ”En liten hånd på haken, alltid en hånd på haken, som for å si at klokskap, innsikt og formuleringsevne har sitt utspring et eller annet ubestemmelig sted på menneskets kjeveparti” (Gundersen 2005). Over bildet av Coelho er web-adressene www.paulocoelho.com og www.zahir.no oppgitt. Videre bringes sitater fra omtale av bøkene fra *Elle*, *Allgemeine Zeitung*, *Cosmopolitan* og *Femina*, *Danmark*. Nederst i høyre hjørne får vi vite at boka er ”Hovedbok i Bokklubben Nye Bøker”. Reklamen er en annen måte å synliggjøre boka på, som ikke er helt uvanlig for bøker forlaget har en forventning om at skal selge til mange.

Et annerledes visuelt element, kanskje det som mest bokstavelig og konkret kan knyttes til begrepet *grabability*, er plasseringen av boka ved utsalgsstedet. Enkelte bøker får en sentral plassering i bokhandlene, ofte i større stabler, de kan være i en vindusutstilling, eller for eksempel på ”forsiden” i en internettbokhandel. Bøker som selger mye får en sentral plassering, noe som ofte fører til at disse bøkene selger enda mer. I katalogen *Årets bøker* har *Zahir* fått (eventuelt betalt for) dobbelt så stor plass som de fleste andre titlene (*Årets bøker* 2005: 20), også et aspekt i synliggjøringen av boka.

Vi har nå sett på ulike visuelle elementer jeg mener kan knyttes til begrepet *grabability*. Coelhos navn, stort og sentralt plassert, tilknytning til forfatterens mestselgende roman *Alkymisten*, reklame som likner boka og gjør at omslaget blir kjent, og illustrasjoner (og fargevalg – oransje er en typisk farge for åndelighet) som speiler bokas innhold. Nå vil jeg se nærmere på bruken av blurb, også dette oppfatter jeg som forsøk på å gjøre boka tilgjengelig og attraktiv for leserne, og også her er fokuset på forfatteren fremtredende.

⁴⁵ Se figur nr. 13.

BLURB FRA HELE VERDEN

Dagbladets Cathrine Krøger avslutter sin anmeldelse av *Zahir* med å skrive: ”Denne boka er så tvers gjennom sjarlatansk at jeg tar meg i å lure på om coverskrytet fra internasjonale aviser er rene bestiktelser” (Krøger 2005b). Seks presseklipp er gjengitt på bokas omslag; ett bakpå og fem på den første innbretten. Tre av klippene er fra italienske aviser, et fra en tysk avis, et fra en østerriksk og et fra en indisk. I klippene står det blant annet at *Zahir* er ”et vidunderlig modent verk”, ”Coelhos mesterverk”, ”en foss av (...) vise (...) ord”, ”slående innsikt”, ”som å lese vår egen erfaring”. Norske aviser ville neppe blitt sitert fra på omslaget, med overskifter som ”Kjedelig åndelig tøv” (Dagbladet), ”Åndelig spikersuppe” (VG), ”Fikst og fort, svulstig og jålete” (Aftenposten) og ”Lykkeprofetene” (Dagens Næringsliv)⁴⁶. Og anmelderen i engelske *Guardian Unlimited* ”avslører” det som i de internasjonale sitatene over oppfattes som visdom: ”Nothing hurls a writer into stupidity more rapidly than the desire to be thought wise” (Mars-Jones 2005).

På tross av de norske anmeldelsene selger boka godt også her; den kom inn på bestselgerlista i uke 38 og var der alle ukene bortsett fra to til og med uke 49⁴⁷, og den var hovedbok i *Bokklubben nye bøker*. Anmelderen i Dagens Næringsliv forklarer, nokså nedlatende, Coelhos suksess slik: ”Dialogene er uhyre enkle å lese, og noe av Coelhos suksess handler nok om å legge listen på et nivå der alle som kan lese, er nødt til å få med seg innholdet” (Farsethås 2005b).

TITTELENS ALLUSJONER TIL VERDENSLITTERATUREN

Tittelen på boka er hentet fra Jorge Luis Borges novelle ”El Zahir” fra 1949. Betydningen forklares på baksiden av boka: ”*Zahir* er arabisk og betyr synlig, tilstede og umulig å overse: Noe som i begynnelsen bare passerer tankene våre, men som snart blir det eneste vi kan tenke på”. Tittelen er hva Genette ville kalt tematisk – ”what one talks about” (i motsetning til rematisk, et begrep Genette utleder fra det lingvistiske ”*rheme* (what one says about it)”) (Genette 1997a: 78). Bokas undertittel, ”En roman om besettelse”, er en annen, mer konkret forklaring av bokas tittel. På sidene etter tittelbladet, der vi først finner

⁴⁶ Treff på anmeldelser ved søk på ”Zahir Coelho” i *Atekst*, 28.02.06.

⁴⁷ Så langt statistikken min går.

en bønn, deretter et bibelvers, et dikt av den greske dikteren Konstantinos Kavafis og en dedikasjon til forfatterens kone, viser forfatteren til en forklaring av ideen om *zahren* gitt av Borges.

Hvilken betydning har så det at tittelen er lånt fra Borges? Og hvilken funksjon har bruken av Kavafis-diktet om veien til Ithaka, best kjent fra Odyssevs' reise? I artikkelen "Pretexts and Paratexts" skriver Marie Maclean at "Titles which contain a reference such as 'utopia' subsume within themselves the many voices, the ever widening connotations of the original title they quote or parody" (Maclean 1991: 275). I tilfellet *Zahir* er bruken en form for sitering. Genette bruker James Joyces *Ulysses* som eksempel på det samme: "The classical example, as Genette points out, is *Ulysses*, a title which has ensured a reading of the text vastly different from that which might have been expected had it been called *Dublin Days*" (ibid.: 276). Elementene gjør Coelhos tekst intertekstuel forbundet med så vel Borges som Kavafis, som begge siteres direkte, og mer implisitt med Homer, og dermed kanskje også Joyce. Dette i skarp kontrast med den litteraturen disse har levert. Coelho forsøker å innynne seg i en litterær verden der, skal vi tro de norske anmelderne, han ikke har noen plass.

FORFATTERENS DOBBELTROLLE

Zahir handler om "en verdensberømt forfatter" (baksideteksten), som i boka, i første person entall, forteller en historie med utgangspunkt i at "hans kone, krigskorrespondenten Esther, forsvinner sporløst" (ibid). I boka leser vi imidlertid mye om hvordan forfatteren ble verdensberømt, om hans tidligere bøker, om mottakelsen av bøkene, biografisk materiale om forfatteren. Likhetene mellom jeg-fortelleren og Coelho selv er mange. For de av leserne som kjenner Coelhos forfatterskap fra før, er likhetene tydelige. Paratekstene er imidlertid med på å gjøre dem tydelige for alle lesere, fordi leseren gjennom disse får kjennskap til fakta knyttet til forfatteren. Forfatterportrettet der forfatteren er avbildet i et land som står sentralt i fortellingen er ett spor, men enda mer konkret kommer forbindelsene mellom bokas forfatter og forfatteren i boka til uttrykk i bokas "Dedikasjon" og i "Forfatterens etterord". I etterordet skriver Coelho: "Jeg skrev *Zahir* mens jeg foretok min egen pilegrimsreise gjennom denne verden", og deretter nevner steder som også er steder i boka. Coelho er avbildet i Kasakhstan, som om han var forfatteren i boka, ikke bare

av boka. Denne sammenblandingen av roller kan muligens kalles en form for selvspill⁴⁸ fra forfatterens side, eller en form for posering, der Coelho iscenesetter seg selv i den rollen han har skapt i romanen. Man kunne tenke seg at det var en selvbiografi vi har å gjøre med her, og at iscenesettelsen var en del av prosjektet. Men, skal vi tro undertittelen, er det en *roman* det her er snakk om. En roman der fiksjon og referansene til eget liv er blandet sammen. Forfatteren i boka reflekterer mye over sitt liv, som altså delvis er Coelho's liv, og dermed også hans refleksjoner over ikke bare romanfiguren, men også seg selv.

Resten av etterordet bruker Coelho til å takke folk som har hatt betydning for bokas innhold; ting han har lest, folk han har møtt og snakket med, folk som har hjulpet ham med opplysninger. Flere av disse opptrer som romanfigurer i boka. Grensene mellom fakta og fiksjon er uklare, i og med alle fellestrekkene mellom den ikke navngitte forfatteren i boka og Coelho. *Bevis* for at det ikke er en selvbiografi vi har med å gjøre er for eksempel, foruten at det stadfestes i undertittelen, navnet på forfatterens kone, som i boka er Esther, og som i virkeligheten heter noe annet: "Denne boka er dedisert til deg, Christina, min kone. – FORFATTEREN" (i "Dedikasjon").

Da jeg begynte analysen av *Zahirs* paratekster, hadde jeg et inntrykk av at skryt var det viktigste kjennetegnet, og at overskriften over ville bli noe à la "skrytestrategien". Gjennom analysen har jeg imidlertid kommet fram til at mer enn noe annet er det forfatteren, og personen, Paulo Coelho som formidles gjennom paratekstene. Vel mangler det ikke skrytesitater på omslaget, noe anmelderen i *Dagbladet* (Krøger 2005b) allerede har understreket, og hun har satt spørsmålsteget ved disse sitatene's troverdighet⁴⁹. Fokuset på forfatteren, både hans liv og hans popularitet, er et mer interessant analysefunn. I personfokuset er skryt og selvhøytidelighet aldri langt unna, verken i paratekstene, eller i selve boka. Coelho's omtale av forfatteren i boka kunne vært utgangspunkt for en interessant analyse av forfatterens oppfatning av omverdenens oppfatning av ham selv,

⁴⁸ Selvspill, det å spille seg selv, eller iscenesette seg selv, er blant andre omtalt av E. Ytreberg i *Selvspill på radio* (2002), A. Johansen i *Talerens troverdighet* (2002), og det er tema for E. Goffman i *Vårt rollespill til daglig* ([1959] 1992).

⁴⁹ Krøgers mistanke stammer nok fra ulike oppfatninger om hva som er god lesning, og forlagets evne til å velge ut sitater som på en best mulig måte gagner salget av boka.

altså det som kan leses som selvrefleksive perspektiv, med utgangspunkt i begrepet selvspill. Dette ville imidlertid kreve et annet fokus enn jeg har i denne oppgaven.

PARODISTRATEGIEN – MADONNA-GÅTEN

Til slutt vil jeg presentere en kort analyse av paratekster som skiller seg noe fra de jeg til nå har analysert; denne bokas paratekster er en parodi på paratekster, og boka har på denne måten mer synlige paratekster. Boka jeg skal ta for meg er kategorisert som ”Humor” i katalogen *Årets bøker*, alle de andre jeg har sett på står under ”Romaner”.

Her vil vi se eksempler på hvordan paratekster brukes humoristisk, først og fremst ved bruk av parodi. Boka er skrevet som en parodi på Dan Browns *Da Vinci-koden*, en bok som både er en verdensomspennende (kommersiell) suksess, og en bok hvis innhold er omdiskutert i sin kontroversielle presentasjon av historien, samtidig som forfatteren beskyldes for plagiat⁵⁰.

Madonna-gåten er skrevet av Elisabeth Botterli, Peder Udnæs og Knut Nærum. Nærum er den mest kjente av de tre, blant annet fra underholdningsprogrammet *Nytt på nytt* på NRK1, og fra tidligere bok- og tegneserieutgivelser. De to andre er mindre profilerte tekstforfattere til programmet *Nytt på nytt*.

Jeg vil i det følgende konsentrere meg om paratekstene på to ulike steder, omslaget⁵¹ og tre nettstedet opprettet i forbindelse med lanseringen av boka, kalt *Madonna-gåten*, *Madonna-gåtens adventsquiz* og *Orklamuffens*⁵². I lanseringsperioden ble det av forlaget også arrangert en gaidet tur i Nasjonalgalleriet (som er sentrum for hendelsene i boka), men jeg fikk kjennskap til dette arrangementet først i etterkant, og har derfor ikke mulighet til annet enn å påpeke at det rundt boka foreligger et bredt spekter av paratekster.

⁵⁰ Boka som er påstått plagiert er *Hellig blod, hellig gral* av Michael Baigent, Richard Leigh og Henry Lincoln. Forfatterne har saksøkt Browns forlag Random House.

⁵¹ Se figur nr. 14.

⁵² www.madonnagaten.no [12.12.05], www.orklamuffens.no [12.12.05]. Konsernet Orkla er også et sentralt objekt i boka. Adventsquizen var kun tilgjengelig i advent 2005, med ett nytt spørsmål hver dag. Jeg baserer meg her på spørsmålet fra 12.12.05.

VISUELL ETTERLIKNING OG PARODI

Bokas omslag er visuelt sett en etterlikning av *Da Vinci-kodens* omslag, et omslag mange kjenner fordi boka har solgt godt og blitt profilert i mange kanaler. De ulike paratekstene, eller bestanddelene, på *Da Vinci-kodens* omslag er byttet ut med tilsvarende elementer⁵³ på *Madonna-gåten*. Tittel, forfatternavn og maleri-utsnitt er kun en erstatning av paratekster, mens de andre paratekstuelle elementene er parodier på den førstnevntes omslag spesielt og på omslags bruk av paratekster generelt.

Forfatterportrettet på klaffen foran er en parodi på klassiske forfatterportrett beskrevet i analysen av *Zahir*. Trioen er avbildet med Nærum i sentrum, Udnæs med en hånd på brillene, Botterli med en hånd under haka. Også på bokas framside er Knut Nærums navn i sentrum, det står over de andre og i langt større typer. Dette er både en parodi på hvordan forlag ofte presenterer den mest kjente forfatterens navn på forsiden, og et salgstriks. Et eksempel på dette første er Gyldendals utgivelse av boka *Kald krig* av den velkjente forfatteren Tom Clancy i 2005. Tom Clancys navn pryder omslaget, der vi etter normen finner navnet på forfatteren(e) eller redaktøren(e) av boka. Det framkommer imidlertid på boks tittelblad at det er den, for meg, ukjente Jerome Preisler som har skrevet boka, etter en idé av Clancy. Jeg oppfatter parateksten som en slags løgn, med den hensikt å fange lesere. I tilfellet med *Madonna-gåten* blir bruken av Knut Nærum som blikkfang også et salgstriks fra forlaget, det har både en parodisk og markedsførende funksjon. Den parodiske funksjonen understrekes av et ”sitat” over tittelen på omslaget: ”«Hvorfor står to av navnene med mindre bokstaver?» - TO AV FORFATTERNE”. Avsender gjør på denne måten narr av et fenomen, samtidig som de benytter seg av det samme og selv tjener på det.

PARODISK BLURB: ABSURD, SELVIRONISK, SELVMOTSIGENDE, TABLOID OG SALGSHEMMENDE

Vi husker fra introduksjonen av blurb-begrepet tidligere i denne oppgaven, at det ble oppfunnet i en satirisk ånd av en humorist, som en parodi på superlativene som omga, og omgir, bøker. På *Madonna-gåten*s omslag parodieres den ikke-parodiske blurben. Avsender benytter seg av en rekke språklige virkemidler som plasserer bokas paratekster i den samme

⁵³ Genette bruker betegnelsen hypertekstualitet om forbindelsen mellom en tekst som er strukturert i relasjon til tidligere verk og dette tidligere verket (Genette 1997b: 5). Det vil føre for langt å gå inn i en undersøkelse av denne formen for hypertekstualitet her.

sjangeren som selve boka, nemlig humorsjangeren. Eksempelene fra omslaget er mange: ”«Jeg kunne ikke legge den fra meg. Det er siste gang jeg spiser brødkiver med honning før jeg leser.» Knut Faldbakken, VG”. Dette er en form for ”misforstått”, og absurd skryt. Et utsagn vi normalt ville knytte til bokas innhold, en positiv kommentar, følges opp av en forklarende setning som korrigerer denne tolkningen, utsagnet har ingen ting med bokas innhold å gjøre. ”«Hvorfor står våre navn med mindre bokstaver?» – TO AV FORFATTERNE”. Dette er et selvironisk utsagn, vi har sett at bakgrunnen for ulik størrelse på forfatternes navn både har en parodisk og en salgsfremmende funksjon. ”EN LITTERÆR SENSASJON - GODERE SKREVET ENN DA VINCI-KODEN”. *En litterær sensasjon* er en gjentakelse fra *Da Vinci-kodens* omslag, andre del av utsagnet er ved bruk av en form for selvmotsigelse en dom over *Da Vinci-kodens* språklige kvaliteter, underforstått: ”det skal ikke mye til”. ”«En riktig godbit for oss som elsker kombinasjonen av historieforfalskning, underbuksehumor og grove antydninger om kjente nordmenn!» – EN ANMELDER”. Dette ”klippet” fra en fiktiv anmeldelse er både overdrevent tabloid, samtidig som det er en parodi på sitater uten en oppgitt avsender. ”«Hvis du bare har tenkt å lese en bok i år, bør du kanskje ikke lese en parodi på en annen bok.»”. Dette sitatet har et tilsynelatende salgshemmende innhold, som gjør at det virker absurd å ha det stående på boka, omslag har vanligvis som oppgave å gjøre boka attraktiv for potensielle lesere. Utsagnet gir imidlertid mening hvis det forstås som et uttrykk for bokas sjangertilhørighet.

NETTBASERTE PARATEKSTER – PARODI OG UTVIDELSE AV BOKAS UNIVERS

I forbindelse med utgivelsen av boka ble det som nevnt over lansert paratekster med direkte forbindelse til boka, og med forlaget og forfatterne som avsendere, på steder utenfor boka. Tre egne nettsidene ble opprettet. I tråd med Genettes terminologi (1997a) klassifiserer jeg disse nettsidene som epitekster, tekster som befinner seg på et annet sted enn selve boka.

Madonna-gåten og *Madonna-gåtens adventquiz* er nettsteder som etterlikner *The DaVinci Code Web Quest* og *The DaVinci Code: Uncover the Code Contest*⁵⁴, der man svarer på spørsmål knyttet til handlingen i boka. Mens paratekstene på bokas omslag har en parodisk

⁵⁴ <http://www.randomhouse.com/doubleday/davinci/> [28.02.06]

og humoristisk framtoning, er nettsidene snarere enkle etterlikninger, både i uttrykk og utseende og i innhold.

Madonna-gåtens adventsquiz framstår som en reklamekonkurranse for boka, der det er lenker til forlagets katalogside, der man kan lese om og kjøpe boka, og til *Madonna-gåten* (nettsiden). Deltakerne kan vinne en signert utgave av boka, og de er med i trekningen av bokpakker med Nærums samlede forfatterskap. Spørsmålene later til å være enkle å besvare, den 12. desember var det som følger: “Dagens spørsmål: Hvilken bok er Madonna-gåten en parodi på?”. Spørsmålet er formulert på en slik måte at alle kan svare, et ganske vanlig grep i reklame som forsøker å fange flest muligs interesse. Disse epitekstene skiller seg fra paratekstene vi fant på bokas omslag ved at de ikke på spiller på humor. De framstår som tekster som etterstreber å gjøre potensielle lesere interesserte, men uten tilknytning til bokas sjanger.

Orklamuffens er et nettsted som nevnes i *Madonna-gåten* (boka), et sted de ansatte i Orkla gir uttrykk for sin misnøye med situasjonen som arbeidstakere i Orkla. Nettstedet er en del av bokas virkelighet, den refereres direkte til, samtidig som den er et selvstendig objekt på linje med boka. Nettstedets faktiske eksistens er med på å utvide bokas univers, det skiller seg fra andre faktiske forhold som beskrives i boka ved at det er opprettet som en konsekvens av boka. Konsernet Orkla finnes uavhengig av boka, men det som står i boka er ikke i samsvar med konsernet i virkeligheten. Videre er det endel personer i boka som er oppfunnet, og ikke har noen plass i virkeligheten, samt enkelte navngitte personer som i likhet med Orkla finnes, men hvis liv ikke er i samsvar med beskrivelsene i boka. Internett gir gode muligheter for å skape denne type objekter, det kan beskrives som et kjennetegn ved dette mediet. *Orklamuffens* framstår altså som en epitekst ved sin avstand til boka, samtidig som det er et objekt både i boka og i virkeligheten⁵⁵.

HUMOR I PARATEKSTER

I hvilken grad reflekteres humorsjangeren i bokas paratekster? Avsenderne av bokas paratekster kaller, som vi så over, boka en parodi. *Fremmedordbokas* definisjonen av

⁵⁵ Hvorvidt *Orklamuffens* er en parodi på et tilsvarende element i *Da Vinci-koden* har jeg ikke kjennskap til, jeg har tatt det med her på grunn av dets spesielle relasjon til boka.

parodi er ”komisk-satirisk diktning som latterliggjør et annet opphøyd og alvorlig ment diktverk ved å etterligne den høystemte formen og tonen, men bytte ut emnet med et lavere og mer hverdagslig innhold” (Berulfsen og Gundersen 2004). Paratekstene på bokas omslag ser i stor grad ut til å kunne beskrives på denne måten, nettstedene gjør det i mindre grad. Etterlikning er mer beskrivende for disse, samtidig som de synliggjør boka i flere kanaler og utvider bokas univers.

Mange av skjønnlitterære bokers paratekster, som jeg i denne oppgaven analyserer med den hensikt å finne ulike forførelsesstrategier, har som formål å få potensielle lesere interessert i boka de er tilknyttet. Paratekstene er i så måte en form for reklame. Særlig gjelder dette bøkens omslag, reklameplakater (åpenbart), henvisninger til pristildelinger og i *Madonna-gåtens* tilfelle også de nevnte nettstedene. Kathrine Skretting definerer i artikkelen ”Humor i reklame” (2006) reklame som ”tekst med intensjon”, og diskuterer spesielt hvordan humor fungerer i reklame. Skretting skriver blant annet om hvordan reklame parodieres av reklamebransjen selv:

”I overdrivende reklamesnutter mases og pushes og ropes det ’løp og kjøp!’. Reklamesenderen ironiserer over kjente konsepter og prøver på denne måten å skape et innforstått fellesskap med publikum. (...) ’Dette kan vi ikke ta på alvor,’ impliserer senderinstansen. Men samtidig får senderen frem både merkenavn og priser og det som ellers hører med i reklame, og oppnår kanskje at den som mottar reklamen, humrer litt og setter pris på å bli tiltalt som en som kan gjennomskue tradisjonelle reklametåpeligheter” (Skretting 2006: 92).

I *Madonna-gåtens* paratekster spiller avsender på den negative mottakelsen *Da Vinci-koden* har fått, det humoristiske oppstår i disse paratekstenes møte med negative holdninger som allerede finnes til *Da Vinci-koden*. Paratekstene kan nok også forsterke dette negative inntrykket, fordi de gjør så eksplisitt narr av boka.

Spesielt for paratekstene som humoristisk reklame, er forbindelsen de har til ”produktet” de reklamerer for, selve boka. Enkelte av paratekstene er selv en del denne, og for alle paratekstene gjelder det at de bør gjenspeile den humoren som finnes i boka. Denne

relasjonen er forskjellig fra eksemplene på vellykket humoristisk reklame som Skretting viser til i sin artikkel, VG-reklamen ”Dagen er ikke helt den samme uten” og Lotto-reklamen ”Lottomillionærer er ikke som andre millionærer” (Skretting 2006). Disse reklamene har produktet de reklamerer for sentralt plassert, men humoren spiller ikke direkte på humoristiske elementer i disse produktene.

Parodien som også rammer bokas egne paratekster, slik som fokuset på Knut Nærum, både på forfatterfotografiet, i store typer på forsiden, og som premie i konkurransen, viser at formålet med paratekstene, bak det parodiske uttrykket, er å virke salgsfremmende⁵⁶.

⁵⁶ I avslutningen av arbeidet med denne oppgaven (15.05.06) ser jeg at boka *Løsningen på Madonna-gåten* foreligger. Parodien og selvironien ser ut til å fortsette her, forlaget skriver: ”Da Madonna-gåten solgte nærmere 35 000 eksemplarer før jul, tenkte forfatterne: Det må da være mulig å skvise mer ut av denne ideen” <http://cappelen.no/main/katalog.aspx?f=5&isbn=8202262941> [15.05.06].

PARATEKSTER – STRATEGIER, FUNKSJONER, TRANSTEKSTUALITET

Jeg vil i denne delen knytte analysene av de ulike bøkens paratekster sammen, se på likheter og forskjeller mellom paratekster i bruk, og derved presisere de viktigste analysefunnene.

STRATEGIER FOR Å FRISTE LESERE

Som jeg skrev i metodekapittelet er utvalget i denne oppgaven strategisk, jeg ønsket å analysere bøker med ulik bruk av paratekster. De ulike analysene følger etter overskrifter som er ment å tydeliggjøre det særegne ved hver enkelt boks paratekster, overskriftene peker således på noen sentrale analysefunn. Bøkene omtalt under ”Taushetsstrategien” og ”Parodistrategien” skiller seg i størst grad fra de øvrige; den første ved at så mange paratekstuelle elementer som mulig er ekskludert, den andre ved at paratekstene brukes parodisk. For resten av bøkene har jeg måttet gå grundigere til verks for å påvise det særegne ved paratekstene i bruk og komme fram til noe som kan oppfattes som det samlende ved disse paratekstene, som jeg i oppgaven har valgt å kalle strategier. Disse strategiene har ikke framstått som så åpenbare, de er i større grad analysert fram. Dette har også ført til at fremstillingene der jeg tar for meg disse bøkens paratekster er blitt mer omfangsrike enn for de to førstnevnte.

Overskriftene ”Utropsstrategien”, ”Oppfølgerstrategien”, ”Gourmetstrategien” og ”Personfokusstrategien” er de uttrykk for de viktigste funnene i analysen av empirien. I oppgaven har jeg imidlertid et dobbelt siktemål; jeg ønsker også å undersøke hva en analyse av den typen jeg har gjennomført, kan gi av innsikt i forhold til paratektbegrepet. Dette momentet vil jeg komme tilbake til i kapittel fem og seks; i dette kapittelet vil jeg konsentrere meg om de empiriske funnene.

PARATEKSTENES KJENNETEGN OG FUNKSJONER

I teorikapittelet gjorde jeg rede for hvilke av paratekstenes kjennetegn Genette og Solhjell mener man bør undersøke, og jeg beskrev syv ulike funksjoner Dag Solhjell mener paratekster kan ha. I analysen over har jeg undersøkt paratekstenes kjennetegn og jeg har vurdert paratekstenes funksjoner i henhold til hvilken bok de er knyttet til. I det følgende

vil jeg diskutere de ulike paratekstene på tvers av deres primærtekster. La meg derfor nok en gang presentere de ulike funksjonene Solhjell angir, denne gangen med eksempler fra min egen analyse.

Vi husker den *påpekende* funksjonen som følger av selve definisjonen av paratekstbegrepet. Solhjells eksempler er en spotlight som peker mot stedet kunstverket er og en etikett ved siden av kunstverket (Solhjell 2001: 86). I og med denne funksjonens relasjon til selve definisjonen, er det egentlig slik at alle paratekstene jeg har tatt for meg i denne oppgaven kan sies å ha en påpekende funksjon. Spesielt for *The catcher in the rye* er at denne boka i liten grad har paratekster med en *annen* funksjon enn en påpekende. I den grad vi finner andre funksjoner i tilknytning til denne boka, er det forfatterens navn og den originale tittelen som kan sies å ha en autentiserende funksjon (se nedenfor).

Med *kontekstuell* funksjon sikter Solhjell til ”det eller de perspektiver betraktningen skal skje under” (ibid.). Et eksempel fra analysen på dette er katalogiseringen vi finner i *Årets Bøker*, der *Madonna-gåten* er plassert under ”Humor”. Videre mener jeg paratekstene som omgir *La den rette komme inn* har en kontekstuell funksjon. Disse paratekstene skiller seg ut fra andre bokers paratekster både uttrykks- og innholdsmessig, og plasserer boka i en gitt kontekst, en kontekst som passer de mer kresne og krevende.

Den tredje funksjonen paratekster kan ha er en *hermeneutisk* funksjon. Solhjell nevner her tittel, og omvisning, som ”kanskje er det mest rendyrkede eksempelet på en fortolkende paratekst” (ibid.). I analysen av *Få meg på, for faen* så vi at tittelen var uttrykk for et sentralt ønske hos bokas protagonister. Analysen viste også at tittelen kan sees som forfatterens ønske, hun forteller i bloggen om hvor fornøyd hun er med ”at eg er inne på Tronsmos si ti på topp-liste over sal” (Nilssen 2003-2006, 07.11.05). Videre viste analysen av bokas omslag står godt til innholdet i boka, også dette har altså en fortolkende funksjon. Andre eksempler vi har sett på paratekster med en hermeneutisk funksjon er baksidetekster. Disse oppfatter jeg som mer like Solhjells *omvisning*. Videre kan en bokanmeldelse eller et intervju med forfatteren ha en innvirkning på vår lesning av en bok, likeledes kjennskap til et forfatterskap, der vi forsøker å skape en sammenheng i forfatterskapet. Olaug Nilssens

fiktive univers *Skoddeheimen* er et eksempel på en slik samlende paratekst som skaper en sammenheng.

Den *retoriske* funksjonen er i følge Solhjell ”den overbevisende eller flatterende konteksten parateksten søker å sette kunstverket og formidleren i” (Solhjell 2001: 86). *Eremittkrepsene* presenteres ved hjelp av paratekster som en oppfølger til en bestselger, den settes altså i en flatterende kontekst.

Solhjell nevner kort en *kritiserende* funksjon, kunstkritikk. ”Det innebærer å la parateksten offentliggjøres i et massemedium, og å innta et nøytralt, bedømmende standpunkt til kunstverkene ved å bedømme deres kvalitet” (ibid.). Tilsvarende har bokanmeldelser en kritiserende funksjon. Som jeg har vært inne på tidligere er det imidlertid muligens slik at bokanmeldelsenes viktigste funksjon er synliggjøring. Det at en bok får negativ omtale er bedre enn om den ikke får noen omtale i det hele tatt. I analysen av *Eremittkrepsene* så vi eksempel på at anmelderne i stor grad mente at denne boka var dårligere enn *Berlinerpoplene*. Forlaget bruker oppfølgerperspektivet for å understreke kvalitet, de knytter *Eremittkrepsene* sterkt til *Berlinerpoplene*, som var en suksess. I anmeldelsene ser vi at fortsettelsesmomentet brukes i overskriftene, men her vektlegges forskjellen i kvalitet på de to romanene, og det framhever anmeldernes negative vurdering av *Eremittkrepsene*.

Den *autentiserende* funksjonen Solhjell omtaler, er kanskje mer påkrevd i forhold til kunstverk, man ønsker ikke å kjøpe forfalskninger. Paratekstene ”garanterer kunstverkens ekthet, slik at publikum vet at kunstverkene er originale og laget av en bestemt kunstner” (ibid.: 87). Vi finner imidlertid paratekster med autentiserende funksjon også i tilknytning til bøker. En boks forfatter og forlagets navn er to eksempler. For den norske utgaven av *The catcher in the rye*, fungerer forfatternavnet og tittelen autentiserende fordi boka er en klassiker. Også når det gjelder *Zahir* så vi at paratekstene vektlegger forfatterens navn, de stadfester at dette er en bok av den populære forfatteren Paulo Coelho. Likeledes har vi sett et eksempel der forfatternavnets autentiserende funksjon misbrukes, i det omtalte tilfellet med Tom Clancys navn.

For kunstverk bidrar den *økonomiske* eller *markedsførende* funksjonen til å definere det ”som et objekt for omsetning, og til å påvirke dets markedspris” (ibid.). Solhjell gir eksemplene etikett og katalog der pris er oppgitt. I denne oppgaven har jeg hatt et noe videre perspektiv på paratekster med økonomisk eller markedsførende funksjon. Vi har sett eksempler på en reklameplakat for *Zahir*; vi har sett ulike former for blurb; pressemelding i forbindelse med tildeling av Bokhandlerprisen og bannere og andre markører for å vise priser en bok er tildelt eller nominert til. For *Madonna-gåten* har vi sett at bruken av paratekster gjør narr av alle funksjoner og uttrykk paratekster kan ha, men analysen viste også at den viktigste funksjonen denne bokas paratekster har, er markedsførende, vi antar at forlaget har et ønske om kommersiell suksess.

PARATEKSTENES TRANSTEKSTUALITET

I arbeidet med analysen har jeg flere steder støtt på tekster i et mer komplekst samspill enn forholdet tekst/paratekst. Jeg vil i dette avsnittet se nærmere på noen av de transtekstuelle koblingene som finnes mellom tekst og paratekst, og innbyrdes paratekster. Genettes utvikling av paratekstbegrepet begynte, som jeg har redegjort for i teorikapittelet, med en diskusjon rundt og påfølgende definisjon av, fem ulike typer transtekstualitet. Jeg har argumentert for at fire av disse er relevante for denne oppgavens undersøkelser.

Diskusjonen som følger tar utgangspunkt i funnene fra analysen av Olaug Nilssens bok, og inkluderer og vektlegger en relativt ny tekstsjanger, bloggen. Bloggen har i dette tilfellet spesielt mange tekstuelle koblinger, her vil jeg fokusere på koblingene til bokas paratekster, men jeg skal også kort beskrive bloggen som teksttype. Jeg velger å vie bloggen ekstra oppmerksomhet, ettersom jeg trolig er den første som analyserer bloggen som paratekst, jeg har ikke sett analyser av denne typen paratekster i annen forskning.

La meg først klargjøre stedene bokas paratekster befinner seg på, samt de ulike avsenderinstansene. Denne typen klargjøring er utgangspunktet for Genettes klassifisering av de forskjellige paratekstene, oppsummert i formelen ”*paratext* = *peritext* + *epitext*” (Genette 1997a: 5). Bloggen og anmeldelser av boka klassifiserer jeg som epitekster. De befinner seg utenfor selve boka. Omslaget derimot, er en peritekst. Ansvarlig for, og avsender av bloggen er Nilssen selv, det er altså en autografisk epitekst. Omslaget befinner

seg i grenseland, vi har sett at baksideteksten later til å være skrevet av forfatteren selv, altså er den autografisk, men omslaget er laget av en designer og det er forlaget som fremstår som avsender, altså er det allografisk. Det er forlaget som er den ansvarlige avsenderen, men vi kan si at forlaget handler på vegne av forfatteren, som er den som i utgangspunktet ønsker å nå ut til folk med boka si. Anmeldelse anser ikke Genette som paratekst, fordi avsender er en annen enn forfatteren selv, og heller ikke en som forfatteren stiller seg bak, slik som tilfellet er med allografiske paratekster. Bakgrunnen for at jeg likevel velger å anse det som paratekst, er at også anmeldelser er med på å formidle bokas eksistens. Dette er også i tråd med Solhjells syn, vi så ovenfor at han anser anmeldelser for paratekster, og han vektlegger deres kritiske funksjon.

La oss nå undersøke de tekstlige forbindelsene som finnes mellom paratekstene og teksten, og paratekstene imellom. En blogg består per definisjon delvis av hypertekstuelle koblinger; bloggen skiller seg fra vanlige dagboknotater blant annet ved at det refereres til andre tekster. Martin Grüner Larsen skriver i artikkelen ”Marg og bein” at blogger stort sett er ”bygd opp av kommentarer til andre websider. Dette var den opphavslege ideen om ein weblog; bloggaren var ein slags redaktør for Internett, som silar ut det gode stoffet, anbefaler og analyserer det, for lesaren sin del” (Larsen, M. 2005: 74). Larsen skriver om blogger som en form for kommentering i margin, og hevder at ”Bloggaren skriv seg inn i hovudteksten frå periferien” (ibid.: 78). Han beskriver dermed også blogg som en tekstform med intertekstuelle kvaliteter.

I analysen av *Få meg på, for faen* fant vi at endel av de temaene Nilssen skriver om og undersøker i sin blogg, senere er kommet med i boka hennes. Vi har pekt på dette som en form for gjensidig intertekstualitet mellom boka og bloggen. Videre refererer hun i bloggen, ved hjelp av hyperlenker, til ulike avisers anmeldelser av bøkene hennes. Hyperteksten fører oss altså til enkelte av de andre paratekstene. Endelig har vi sett at anmelderen i Morgenbladet brukte bloggen aktivt i anmeldelsen. Anmeldelsen er ikke bare bokas paratekst, men også bloggens paratekst. Den kan dessuten leses som en metatekst for både boka og bloggen. Det later imidlertid til at denne forbindelsen, den metatekstuelle, ikke er helt enkel å skille fra det som betegnes paratekst.

Genette anser anmeldelser for metatekster, fordi de kommenterer teksten, uten nødvendigvis å sitere denne. Genette vedgår at skillet mellom paratekst og metatekst ikke er klart. Han stiller et forord (paratekst) versus et kritisk essay (metatekst) som eksempel på at skillet er uklart, det ene kan også være det andre (Genette 1997a: 270). Jeg har i denne oppgaven valgt å se på anmeldelsene som paratekster i kraft av sin formidling av bokens eksistens, og som metatekster i kraft av sin kommentarfunksjon. De to funksjonene er imidlertid nært forbundet. Distinksjonen mellom paratekst og metatekst kan klargjøre dette skillet; parateksten er viktig både på uttrykks- og innholdsplanet, mens metatekstens funksjon befinner seg på innholdsplanet. Metatekstens eksistens blir derfor i anmeldelsens tilfelle avhengig av parateksten.

Paratekstbegrepet beskriver altså bare én form for tekstlig relasjon, og denne sameksisterer ofte med andre former for transtekstualitet. Ikke bare er det til en viss grad flytende grenser mellom de ulike typene av transtekstualitet, de kan også opptre samtidig, men med ulik funksjon. Det er imidlertid paratekstbegrepet som står i fokus i denne oppgaven. I det neste kapittelet skal vi, i stedet for å anvende det på det empiriske materialet, belyse begrepet fra et teoretisk og kritisk perspektiv.

5. GJENSYN MED PARATEKSTBEGREPET

Paratekstbegrepet ble grundig presentert i oppgavens teorikapittel, der jeg også spesifiserte hvordan begrepet ville bli brukt av meg i denne oppgaven. I analysekapittelet har jeg studert nærmere konkrete eksempler på paratekster i bruk, og undersøkt hvilke funksjoner de har. Før jeg trekker noen konklusjoner i oppgaven, ønsker jeg i dette kapittelet først å diskutere noe av den kritikken som er ført mot Genettes teori og dernest vurdere om denne kritikken også er relevant for min omgang med paratekstteorien.

KRITIKK AV GENETTES PARATEKSTTEORI

I denne oppgaven har jeg i tillegg til Genette basert meg på Solhjells bok om paratekster. I teorikapittelet gjorde jeg også rede for Solhjells utvidelse i forhold til Genettes definisjon av paratekstbegrepet. Hos Solhjell savner jeg imidlertid en kritisk diskusjon av Genettes premisser for begrepet.

Jeg baserer den følgende diskusjonen på Georg Stanitzeks artikkel ”Texts and Paratexts in Media”. Artikkelen har en medievitenskapelig og tverrmedial innfallsvinkel, og drøfter forutsetningene for paratekstbegrepet. Stanitzek er professor i tysk ved universitetet i Siegen, og underviser i litteratur-, kultur- og mediastudier. Han har redigert boka *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen* (Berlin: Akademie 2004), der den nevnte artikkelen er innledningskapittel.

Stanitzek gjør i artikkelen rede for to observasjoner av den grunnleggende definisjonen av paratekster i relasjon til tekstbegrepet. For de første; Å oppfatte parateksten som en ”ytre/utvendig” form er en problematisk metafor, fordi fenomener som skriftbilde, avsnitt, tilstedeværelse eller fravær av fotnoter og så videre betyr at ingen tekster har et virkelig paratekstløst øyeblikk. Dermed kan det være vanskelig å skille helt bestemt mellom tekst og paratekst. En ”unadorned text”, Genettes beskrivelse av en tekst uten paratekster, er aldri en realitet, men kun et ideal av hensyn til argumentasjon og analyse, hevder Stanitzek (2005: 30). Stanitzek kritiserer altså Genettes metafor og hans forsøk på å skille mellom tekst og paratekst. Jeg mener Genettes skille fungerer bedre hvis man ikke tolker skillet som noe som fysisk kan skilles, men som et skille på idéplan, noe man muligens kunne

gjøre bedre rede for om man samtidig opererte med en henvisning til semiotikkens skille mellom et tegns uttrykk og innhold.

Den andre observasjonen Stanitzek framholder angår det uklare forholdet mellom tekst og paratekst: Genettes paratekstbegrep ”suggests that *text* is both something implied by *paratext* and simultaneously a superordinate concept. But at any rate paratexts (...) are something like texts. Paratexts always imply at least a moment of readability and hence textuality – in the broader sense” (Stanitzek 2005: 30). Dette er ikke uvesentlig, fortsetter Stanitzek, og hevder at Genette tar feil når han skriver at en tekst uten paratekst ikke finnes, men at det finnes paratekster uten tekster, for eksempel en tittel på et tapte verk (ibid.).

Mange av paratekstene jeg har analysert i denne oppgaven kunne også vært analysert som tekster med egne paratekster, for eksempel bloggen til Nilssen, avisanmeldelser, miniessayet, pressemeldinger etc. Disse tekstene er muligens også mer synlige som *tekster* enn som paratekster. Likevel har de (også) en paratekstuell funksjon i forhold til de skjønnlitterære bøkene som var utgangspunktet for analysen, og det er derfor de er analysert her. Stanitzek kritiserer Genettes paratekstbegrep for ikke å klargjøre forholdet mellom tekst og paratekst skikkelig og påpeker at det er problematisk at tekstbegrepet både er et overordnet begrep og samtidig et begrep lenger nede i hierarkiet.

Hvis vi derimot forstår paratekst ikke som en form for tekst, men som beskrivelsen av en tekstlig *relasjon*, i likhet med de andre formene for transtekstualitet, som angår alle tekster, mener jeg vi unngår den tvetydigheten Stanitzek påpeker. *Paratekstbegrepet betegner på denne måten den tekstlige forbindelsen mellom ulike tekster, det forholdet en tekst står i til en annen tekst.* En tekst uten paratekster finnes ikke, som Genette fremholder, fordi en tekst nødvendigvis har et fysisk uttrykk som innebærer eksistensen av paratekster. Eksistensen av paratekster uten tekster, med eksempelet om titler til tapte eller uskrevne verk, fortolker jeg da som en tekst som inneholder en henvisning til en annen tekst (og altså er denne andre tekstens paratekst), men der teksten det henvises til av en eller annen grunn ikke finnes.

Tekster kan altså ha flere funksjoner, og det som i denne oppgaven er analysert *som* paratekster, er kun en av deres (mange) funksjoner, eller tekstuelle forbindelser.

Stanitzek mener distinksjonen mellom et verk og dets paratekster er parallell til den hermeneutiske distinksjonen mellom helheten og dens deler. På tross av deres liminale posisjon, er ikke paratekster bare av interesse som marginale tillegg. Når Genette beskriver paratekster som "accompanying productions" i motsetning til den aktuelle teksten, mener han, i følge Stanitzek, ikke at de er uvanlige elementer atskilt fra teksten. Paratekstene er derimot hermeneutisk privilegerte og mektige elementer. De gaider leserens oppmerksomhet, påvirker hvordan teksten leses, og kommuniserer informasjon som gir teksten dens første konturer (Stanitzek 2005: 32).

Analogien til hermeneutikk passer godt overens med den forståelsen av tekst og paratekst som jeg gjorde rede for over. En tekst er alltid omgitt av paratekster. Disse paratekstene, som selv er tekster, er igjen omgitt av andre paratekster. Når Genette i sin bok analyserer paratekster, er det de primære paratekstene han forfølger, altså de paratekstene som er nærmest hovedteksten, selve teksten i boka. Man kunne tenke seg en studie der man i så mange ledd som mulig studerte paratekstenes paratekster, for på denne måten å utdype forståelsen av begrepet ytterligere. Når Finn Frandsen (1991) skriver om avisenes paratekster, er det for eksempel mulig både å forestille seg at de avisartiklene paratekstene omgir, kan oppfattes som andre teksters paratekster, og at de første paratekstene igjen har egne paratekster. Slik kan man, dersom det viser seg at det gir nye innsikter, bruke paratekstteorien til å analysere tekster helt ned til semiotikkens minste del, tegnet.

Genettes studie av paratekster leder i følge Stanitzek til en negasjon av det Stanitzek betegner som det ubestridte premisset som utgjør Genettes utgangspunkt. "A view of an "undefined zone' between the inside and the outside" (*P*, p.2) is opened up, and in it perspectives are divided, multiplied, and dispersed" (Stanitzek 2005: 32). Paratekstene er etter undersøkelsen av dem ikke lenger kjennetegnet av å være en "undefined zone", hevder Stanitzek. Han anerkjenner imidlertid paratekstteoriens potensial, og skriver at hvis man, som Genette, begynner å se nærmere på disse momentene som skaper boka som en enhet, starter man en differensieringsprosess, som gir rom for å oppdage sosiale, økonomiske, tekniske og materielle referanser. Det er nettopp dette som gjør begrepet så attraktivt (Stanitzek 2005: 34).

PARATEKSTTEORIENS POTENSIAL

Stanitzek hevder at Genette unngår kommunikasjonsteoretiske perspektiver. "His main shortcoming is that he is not willing to risk the category of the text as book (or the work) itself. Instead, he tries to restrict texts to the domain of books by stopping the functional analysis at this point – by refusing to go further" (ibid.: 35). Stanitzek hevder at vi ved å sammenlikne paratekster i ulike medier og ved å bruke en abstrakt og dermed mer variert oppfatning av hva som er en tekst, kan få nye innsikter om paratekstbegrepet, som gjør at problemene ved Genettes teori gradvis vil forsvinne. Stanitzek etterlyser et syn på paratekstuelle fenomener som organisatorer av kommunikasjon. "Of course, such an approach would not eliminate the need to determinate what constitutes a (communicative) item as opposed to other items and to characterize each of these items individually, but this would be precisely the advantage" (ibid.: 35-36). Han mener studier av film og fjernsyns paratekster er gode eksempler på hvordan paratekstbegrepet utvikler seg i møte med andre tekster⁵⁷. Fra studiet av paratekster i fjernsyn framkommer det, i følge Stanitzek, at

"The paratext refers not so much (although also) [note] to the individual television show as to the format, television station, programming, and program flow as such. Instead of being centred on the work and its integral communication, it has a multiplicity of references" (ibid.: 39).

Jeg forstår Stanitzek slik at han kritiserer Genette for å ha et for snevert perspektiv, for å stoppe analysene for raskt, både når det gjelder avstand til teksten (han viser hvordan Genette i liten grad later til å interessere seg for epitekstene (ibid.: 31)) og når det gjelder viljen til å bruke kommunikasjons- eller medieteorier (ibid.: 35).

Stanitzek vektlegger paratekstene som "a zone of contact, a place where communication channels are created and maintained under conditions where audience attention is a scarce resource" (Stanitzek 2005: 40). I analysen over diskuterte jeg omslagenes kontaktfunksjon ved bruk av Jakobsons begrep fatisk funksjon, også kalt hei-funksjonen, og viste hvordan

⁵⁷ Det er jo også nettopp det som gjøres i boka denne artikkelen opprinnelig er skrevet som innledningskapittel til (*Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen* Berlin: Akademie, 2004), så vidt jeg kan se i bokas innholdsfortegnelse (http://iasl.uni-muenchen.de/rezensio/liste/Niehaus3050037628_1044.html [28.02.06]).

Nilssens bok har paratekster som er særlig sterke i sin kontaktsøking, ved hjelp av ulike former for utrop.

PARATEKSTER OG FORFØRELSESSTRATEGIER

Jeg har i denne oppgaven brukt teorien om paratekster og analyse av paratekster til å framheve ulike strategier i henvendelsen til potensielle lesere. Jeg har ved flere anledninger understreket at analysefunnene ikke først og fremst er et forsøk på å avdekke avsenders intensjoner med tekstene, men er basert på min lesning av disse tekstene, min tekstanalyse.

Stanitzek setter lesningen av paratekster opp mot analysen av dem, og skriver:

”Paratexts have the effect of promoting the unity of a text, but they can only accomplish this without hindrance when they are not *read* in the strict sense of the word as such, that is, when no questions are asked about details, when there are no inquiries into how they function” (ibid.: 34).

Undersøkelsen av paratekstenes funksjoner er altså i uoverensstemmelse med funksjonene de har i en mer intuitiv forstand. Spørsmålene Stanitzek mener forhindrer oppfatningen av paratekster som bidragsyter til tekstenes helhetspreg, er nettopp spørsmålene jeg har stilt i denne oppgaven, og som jeg har brukt for å komme fram til helhetsinntrykket. Spørsmålet som derfor må stilles i konklusjonen, i tillegg til de tidligere stilte spørsmålene jeg arbeider med i denne oppgaven, er altså i hvilken grad det har vært vellykket å stille disse spørsmålene til paratekstene.

6. OPPSUMMERING, KONKLUSJON OG ETTERTANKE

Problemstillingen jeg har arbeidet ut fra i denne oppgaven, presentert i det første kapittelet, er: *Hvilke funksjoner har skjønnlitterære utgivelsers paratekster?* Jeg klargjorde allerede i presentasjonen av problemstillingen at jeg arbeider ut fra et noe avgrenset paratekstbegrep, og jeg redegjorde for denne avgrensningen, så vel som for enkelte utvidelser av begrepet, i oppgavens teorikapittel. Avgrensningen gjelder *stedet* paratekstene befinner seg på. Jeg har valgt å fokusere på paratekster som er potensielt tilgjengelige før man leser boka, fordi jeg i oppgaven har hatt et ønske om å undersøke det jeg har kalt forførelsesstrategier, hvordan ulike bøker framstår før man har lest dem. Utvidelsen gjelder *avsender* av parateksten, jeg har valgt å anse anmeldelser som paratekster, selv om avsender av disse verken er auto- eller allografisk. Dette valget bunner i mitt valg av perspektiv, jeg ser på paratekster som leder inn mot teksten, de er altså *introduserende*. I den sammenheng fant jeg det nyttig å inkludere anmeldelser. Videre pekte jeg innledningsvis på det noe problematiske begrepet *funksjoner*. Begrepet er valgt av meg her fordi teoretikerne jeg hovedsakelig baserer meg på, Genette og Solhjell, bruker det. Funksjonsbegrepet ble viet plass både i teorikapittelet, og i den avsluttende delen av analysen, og jeg har i den forbindelse støttet meg til Solhjells redegjørelse for de ulike funksjonene paratekster kan ha.

PARATEKSTER – OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

Problemstillingen ble presisert og utdypet ved hjelp av tre spørsmål. I analysen har jeg ikke arbeidet etter et rigid system for å søke svar på hvert av spørsmålene, jeg har snarere forsøkt å la paratekstene selv stå i sentrum og fortolket dem ved hjelp av tekstanalytiske tilnærmingsmåter. Likevel har disse tre spørsmålene ligget til grunn for hele tankeprosessen rundt analysen av paratekster, og det synes nå hensiktsmessig å besvare dem for å oppsummere oppgavens viktigste funn.

HVA KOMMUNISERES VED BRUK AV PARATEKSTER?

Jeg mener vi kan skille mellom to hovedtyper informasjon som kommuniseres ved bruk av paratekster. Den første typen er det jeg vil kalle salgsfremmende informasjon. Med dette mener jeg alle de paratekstene som forsøker å gjøre boka attraktiv for kjøperen. Vi har i oppgaven sett eksempler på fokus på forfatterens navn og tidligere utgivelser,

pristildelinger eller nominasjoner, attraktivt (for målgruppa) omslagsdesign, bestselgerlister og tilknytning av boka til personer jeg har brukt opinionslederbegrepet om.

Den andre typen er paratekster som formidler informasjon relatert til bokas innhold. Eksempler på dette er titler, baksidetekster, katalogtekster, tekster knyttet til forfatteren, slik som Nilssens blogg eller et forfatterintervju. Også disse paratekstene kan ha som formål å fremme salget, men de skiller seg fra de første ved i større grad å være knyttet til bokas innhold og formidlingen av dette.

De seks analysene viser bøker med ulik grad av tilstedeværende paratekster, det er et spekter fra et forsøk på å slippe unna paratekstene, til en parodisk bruk av sådanne. Mer interessante er imidlertid kanskje forskjellene mellom de mer tilsynelatende like eksemplene, der analysen har vist at det som kommuniseres i de ulike tilfellene er forskjelligartet. Ved første øyekast oppfatter vi ikke de store forskjellene mellom Nilssens og Ragdes bøker, de ser ikke *like* ut, men de ulike elementene omslagene består av er omtrent de samme. Det som kommuniseres ved hjelp av disse tekstene er likevel ganske forskjellig. For Ragdes bok er det mest framtrædende det jeg har kalt *oppfølgerperspektivet*, der alle krefter settes inn på å formidle at dette er en oppfølger av en suksessroman. Nilssen, som har fått sitt gjennombrudd med den angjeldende boka, søker kontakt på en annen måte. Boka roper på lesere på en rekke måter, tittelen er i imperativs form, bildene på omslaget søker kontakt med sitt "blikk", sirkelen på omslaget er som en blink, og i bloggen promoterer Nilssen på ulike måter boka. Lindqvists bok er omgitt av mer krevende paratekster, både når det gjelder tiden det tar å lese baksideteksten, og når det gjelder tekstens innhold. Ingen sitater er uthevet med fete typer, det er en tekst som krever å bli lest i sin helhet. I teksten er det litterære og andre kulturelle referanser, og mini-essayforfatter Harstad går i dialog med historien i boka. Dette gjør teksten mer avansert enn baksidetekster flest. Paulo Coelhos bok konnoterer åndelighet allerede med den oransje fargen på omslaget og det duse lyset som omgir kvinnen i silhuett. Undertittelen "En roman om besettelse" og overskriften på baksideteksten "En reise, et savn – en stor kjærlighet" lover noe av det samme. I analysen så vi også hvordan forfatterens navn og person er et svært viktig element i bokas paratekster. Denne vektleggingen er uttrykk for at dette er en *personlig* beretning.

Vi har sett hvordan enkelte av paratekstene karakteriseres ved at de inkluderer og vektlegger helt spesielle referanser. *Berlinerpoplene* er svært tilstede i *Eremittkrepsenes* paratekster, og dette er bakgrunnen for at jeg kaller denne delen av analysen *Oppfølgerstrategien*. Personen Paulo Coelho er svært tilstede i *Zahirs* paratekster, som dermed kjennetegnes av *personfokuset*. Paratekstene kan altså sies å kommunisere svært spesifikt innhold med en effektiv retorisk funksjon.

Ulik utforming og bruk av paratekster er avgjørende for hva som kommuniseres. Paratekstene som omgir Salingers bok gir nesten ingen informasjon. Men nettopp fraværet av paratekster tolker jeg som uttrykk for et ønske om å la litteraturen stå for seg selv. Et ønske om ikke å fokusere på *hvem* som har skrevet boka, og heller ikke la andre lesere medvirke i bedømmelsen og fortolkningen av boka, slik man gjør ved bruk av en oppsummerende baksidetekst eller fordelaktige sitater.

HVORDAN KAN PARATEKSTENES HENVENDELSE BESKRIVES?

Henvendelsen henger nært sammen med, og spiller inn på, det som kommuniseres ved bruk av paratekstene. For å undersøke paratekstenes henvendelse har jeg lagt vekt på hvem som er avsender. Jeg har også sett på henvendelsens uttrykksmåte, det som kanskje kan kalles språklige virkemidler.

Ved å undersøke hvem som er avsender, både implisitt og eksplisitt, kan man finne ut noe om hvilken virkning det er ønsket at paratekstene skal ha. Vi har sett eksempler på hvordan sitater fra anmeldere brukes for å gi økt troverdighet, og vi har sett hvordan mini-essayene formidler en mer personlig vurdering, forfatterne av disse får en opinionslederfunksjon.

Ved én anledning har vi sett eksempel på at henvendelsen på en særlig måte uttrykker et fellesskap med mottaker. *Madonna-gåtens* paratekster vitner om en innforståthet med leserne om at *Da Vinci-koden* parodieres.

Henvendelsens uttrykksmåte er, i mange av de tilfellene jeg har sett på, selve nøkkelen til å finne de ulike paratekstenes funksjon. Ved å studere henvendelsens uttrykksmåte, har jeg kommet fram til svært ulike strategier; vi har sett *taushet*, *utrop*, *gourmet* og *parodi*.

Henvendelsens form er altså avgjørende for *hva* som kommuniseres, og den er betegnende for det jeg har kalt forførelsesstrategier i denne oppgaven.

HVORDAN BRUKES DE ULIKE FORMENE FOR PARATEKSTER?

Paratekstene jeg har sett på i oppgaven påkaller leserne og presenterer bøkene. Analysen har vist mange ulike former for paratekster, brukt på forskjellige måter, og en oppsummering av disse ville bli like omfattende som analysen selv. Jeg viser derfor til oppgavens analysedel for et utfyllende svar på dette spørsmålet. I denne oppsummeringen vil jeg kun kort ta for meg noen spesielle typer paratekster som skiller seg ut og fortjener nærmere diskusjon.

Olaug Nilssens blogg har vært viet forholdsvis mye oppmerksomhet i oppgaven. Hos Genette møter vi paratekster som *the original preface*, *other prefaces*, *auto-reviews*, *delayed autocommentaries*, *private correspondence*, *oral confidences*, *diaries* og *pre-texts* (Genette 1997a). Jeg mener bloggen burde vært å finne blant disse paratekstene, dersom Genettes bok hadde vært skrevet 15 år senere (den franske utgaven er fra 1987). Bloggen karakteriseres av at den ofte forholder seg både til det offentlige og det private, den er personlig, men tilgjengelig for alle. Nilssen bruker bloggen blant annet til å promotere bøkene sine, og hun kommenterer dem. Dette har vi sett at også andre har mulighet til å gjøre, ved bruk av bloggens kommentarfunksjon.

Vi har sett blurb brukt på svært forskjellige måter; mini-essayets seriøse form og innhold, positive presseklipp både hos Nilssen og Coelho, mens parateksten brukes parodisk på *Madonna-gåten*. Denne parodiske bruken er mer lik det som var utgangspunktet for blurb-begrepet, omslagsskrytet signert den fiktive Barbara Blurb på humoristen Gelett Burgess' bok. Jeg har i oppgaven diskutert bruk av blurb som en måte å øke avsenders troverdighet, det er forskjell på blurb fra en navngitt person, med gitte konnotasjoner, og sitater "signert" av en ukjent eller lite seriøs avis eller annet medium.

Bøkenes tittel er en spesielt utbredt paratekst, i den forstand at den er lite stedsbundet, og den brukes metonymisk for selve boka. "Tittelen når alltid lenger enn det som tituleres" skriver Røssaak i (*Sic*) (2001: 41). Også Genette er opptatt av tittelens vide publikum og

utbredelse: "If the addressee of the text is indeed the reader, the addressee of the title is the public (...). The title is directed at many more people than the text, people who by one route or another receive it and transmit it and thereby have a hand in circulating it" (Genette 1997a: 75). Slik er tittelen som paratekst svært tilgjengelig, og i liten grad bundet til, boka den titulerer. Den er dermed ikke avhengig av å være på samme sted som boka. *The Catcher in the Rye* er en klassiker mange flere enn de som har lest boka, kjenner tittelen på, slik det gjerne er med klassikere.

I møte med alle bøkene har jeg omtalt forfatterens navn som paratekst. Vi har sett flere eksempler på at forfatterens navn er en framtrедende paratekst, og vi har i analysen av Salingers bok sett hvordan han forsøker å få fokuset vekk fra forfatteren, både ved at navnet skal stå i mindre typer enn tittelen og ved at det ikke skal være informasjon om eller bilde av forfatteren på boka. Forfatterens navn er muligens den viktigste parateksten, og den parateksten som mest naturlig binder flere bøker sammen, gjennom et *forfatterskap*.

HVILKE FUNKSJONER HAR SKJØNNLITTERÆRE BØKERS PARATEKSTER?

Et av analysens funn er det *brede spekteret* av paratekster som omgir bøkene jeg har undersøkt og variasjonen i hvordan de er utformet. Variasjonen gjelder både de store linjene i bruken av paratekster, og i detaljene rundt hvordan de er utformet. Henvendelsenes uttryksmåte viste seg å tydeligst vise paratekstenes funksjoner. Dette har kommet fram gjennom de ulike forførelsesstrategiene jeg har påvist i oppgaven, som brukes for å nå fram til leserne: taushetsstrategien, utropsstrategien, oppfølgerstrategien, gourmetstrategien, personfokusstrategien og parodistrategien.

PARATEKSTBEGREPET – TIL ETTERTANKE

Hva kan vi så si om paratekstbegrepet etter å ha arbeidet med det i denne oppgaven? I teorikapittelet gjorde jeg rede for en utvidelse av begrepet. Utvidelsen angikk avsenderperspektivet, og jeg argumenterte for at begrepet kunne omfatte alle tekster som peker mot teksten, inkludert for eksempel anmeldelser. Bakgrunnen for mitt valg var at jeg i oppgaven har ønsket å analysere paratekster som er med på å synliggjøre bøkene, og jeg har valgt å fokusere på paratekster som har en introduserende og veiledende funksjon for

leseren. Genette medgir også at denne type tekster kan være viktige i synliggjøringen av bøker, men han fastholder at de ikke regnes som paratekster:

”many future readers become acquainted with a book thanks to (...) a magazine review or a recommendation by word of mouth, neither of which, according to our conventions, generally belongs to the paratext, which is characterized by an authorial intention and assumption of responsibility” (Genette 1997a: 3).

Jeg støttet meg til Dag Solhjell (2001), som har gjort en liknende utvidelse i sin bok om paratekster i kunstformidling. Solhjell skriver: ”Paratekstene er alle dokumenter, utsagn, objekter, budskap og handlinger (listen er ikke fullstendig) som på en eller annen måte peker mot kunstverk (Solhjell 2001: 130). Solhjell skiller mellom tre typer avsendere: ”*kunstneren, den sentrale formidleren og andre, mer perifere formidlere*. (...) Andre perifere formidlere kan være for eksempel kritikere, journalister, lærere, sponsorer håndverkere, offentlige bidragsytere eller foreldre” (ibid.: 84). Solhjells argumentasjon for utvidelsen er imidlertid svak. Han gjør rede for at Genette begrenser begrepet til å dekke det forfatteren selv eller forleggeren har intensjoner med, eller det de måtte ha delegert av ansvar til andre, og skriver at Genette ”begrenser seg stort sett også bare til slike paratekster som er knyttet til den bok en skjønnlitterær tekst står i” (ibid.: 85). Solhjells begrunnelse for utvidelsen er at det er ”langt kraftigere paratekster rundt et kunstverk enn rundt en skjønnlitterær bok” (ibid.).

Jeg syntes likevel verktøyet Solhjell presenterte og synet han har på formidling er interessant. Solhjells innfallsvinkel er ikke ulik den jeg har i denne oppgaven, og det virket derfor spennende å overføre hans utvidelse av paratekstbegrepet til bøkenes sfære.

Var utvidelsen av begrepet slik jeg har anvendt det her strengt tatt nødvendig, eller vellykket? I konklusjonen av *Paratexts* gjør Genette det klart at han er imot en utvanning av begrepet:

”Inasmuch as the paratexts is a transitional zone between text and beyond-text, one must resist the temptation to enlarge this zone by whittling away in

both directions. (...) the main issue for the paratext is (...) to ensure for the text a destiny consistent with the author's purpose" (Genette 1997a: 407).

Jeg erkjenner at det er verdifullt å bevare paratekstbegrepet med den bestemte avsenderintensjonen Genette har angitt. Likevel syns jeg at utvidelsen av begrepet har gitt interessante og verdifulle innsikter, som jeg ikke uten videre vil gi slipp på. Dette gjelder både anmeldernes bruk av oppfølgerperspektivet i lesningen av *Eremittkrepsene* og Løvaas' lesning av Nilssens bok, som er sterkt influert av hennes møte med bloggen. Likeledes gjelder det analysen av bestselgerlistene og nominasjonen til ulike litteraturpriser. Pristildelinger eller –nominasjoner kan kun regnes som paratekster etter Genettes strenge definisjon, dersom de offentliggjøres av forlaget.

Jeg innser, nå i slutfasen av arbeidet med oppgaven, at jeg likevel kunne ha reservert paratekstbegrepet for auto- og allografiske terskeltekster. De tekstene jeg inkluderte i analysen i og med den nevnte utvidelsen, kunne også blitt integrert i oppgaven på en annen måte, ved en annen betegnelse på deres transtekstuelle forbindelse til bøkene. Jeg syns likevel at begrepsapparatet har fungert godt i analysen av de "uke" paratekstene jeg har tatt med i denne oppgaven.

Stanitzek stiller spørsmålstegn ved funksjonsanalysen av paratekster. Han hevder at paratekstene fremmer en teksts helhetspreg, men at dette kun kan skje dersom de ikke *leses* i bokstavelig forstand, altså når det ikke stilles spørsmål om detaljer eller hvordan de fungerer (Stanitzek 2005: 34). Utgjør dette et problem for undersøkelsen av paratekster? Det er ikke i analysesammenheng unikt for paratekster at de i en næranalyse oppfattes annerledes enn de gjør i folks alminnelige, mer ureflekterte, møte med dem. Dette gjelder alle former for tekstanalyse. Et av formålene med en analyse er å komme under overflaten. Ved å se på paratekster som ikke befinner seg på *samme sted*, og altså ikke opptrer sammen eller samtidig, kan man bli klar over mønstre som ikke er klare ved første øyesyn. En tekstanalyse slik jeg har gjennomført den, er velegnet til å tydeliggjøre mangfoldet og forskjellene i materialet, og den viser hvordan paratekster på forskjellige måter fungerer som forførelsesstrategier.

REFERANSER

- Amdahl, Pernille** (2005) "Bokpriser uten verdi". NRK.no (18.11.05) Tilgjengelig [18.01.06]: <http://www.nrk.no/nyheter/kultur/5245468.html>
- Andenæs, Ulf** (2006) "Her er vårens bokslipp" *aftenposten.no*, 08.01.06 Tilgjengelig [24.01.06]: http://www.aftenposten.no/kul_und/litteratur/article1192912.ece
- Aubert, Marie** (2005) "Kålrot og kåtskap". *Dagsavisen*, 28.10.05 (Atekst⁵⁸)
- Berulfsen, Bjarne og Dag Gundersen** (2004) *Fremmedord og synonymer blå ordbok*. 5. utg. Oslo: Kunnskapsforlaget.
- Beyer, Yngvil** (2002) "Kritikken: Betydning og funksjon - En analyse av anmeldelser av Riksteatrets oppsetning av Jon Fosses «Ettermiddag»" Semesteroppgave, Institutt for kulturstudier - Universitetet i Oslo.
- Bjørnskau, Erik** (2005) "«Catcher» blir «redder»". *aftenposten.no*, 17.10.05. Tilgjengelig [17.10.05]: http://www.aftenposten.no/kul_und/litteratur/article1136303.ece
- Borges, Jorge Luis** (1949) "El Zahir". Tilgjengelig [28.02.06]: <http://www.literatura.us/borges/elzahir.html>
- Brandvold, Åse** (2005) "Litt rar, ganske grov". *Klassekampen*, 28.10.05. (Atekst)
- Dahl, Trine** (2004) "Textual metadiscourse in research articles: a marker of national culture or of academic discipline?" *Journal of Pragmatics* 36 ss.1807–1825.
- Engebretsen, Martin** (2001) "Hva er hypertekst?" Center for Journalistik og Efteruddannelse , Danmarks Journalisthøjskole, (01.04.01) Tilgjengelig [12.12 05]: <http://www.cfje.dk/cfje/VidBase.nsf/ID/VB00103062?OpenDocument>
- Fagerjord, Anders** (2006) *Web-medier – Introduksjon til sjangre og uttryksformer på nettet*. Oslo: Universitetsforlaget
- Farsethås, Ane** (2005a) "Blurb på norsk" *Dagens Næringsliv* 19.11.05. (Atekst)
- Farsethås, Ane** (2005b) "Lykkeprofetene". *Dagens Næringsliv* 19.09.05. (Atekst)
- Fetveit, Arild** (2000) "Den trojanske hest: Om metodebegrepets marginalisering av humanistisk medieforskning" *Norsk medietidsskrift nr 2*. Bergen: Norsk medieforskerlag. Tilgjengelig [28.02.06]: www.medieforskerlaget.no/nmt_arkiv/2000-02/fetveit.pdf
- Fiske, John** (1987) *Television culture*. London: Methuen.
- Foss, Arild S.** (2005) "Bøker selger i sjokk". *forskning.no* (17.01.05) Tilgjengelig [18.01.06]: <http://www.forskning.no/Artikler/2005/januar/1105692809.69>

⁵⁸ Artikler funnet i *Atekst* (<http://www.retriever-info.com/services/archive.html>) er merket med "Atekst". Alle søk i *Atekst* ble foretatt i januar og februar 2006.

- Frandsen, Finn** (1991) "Avisens paratekst - et nyt område for medieforskningen" *MedieKultur* nr. 16 1991 ss. 79-97.
- Genette, Gérard** (1992) *The architext : an introduction*, *Quantum books*. Berkeley, California: University of California Press.
- Genette, Gérard** (1997a) *Paratexts: thresholds of interpretation* Cambridge: Cambridge University Press.
- Genette, Gérard** (1997b) *Palimpsests : literature in the second degree, Stages ; vol. 8*. Lincoln, Neb.: University of Nebraska Press.
- Gripsrud, Jostein** (1999) *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Gundersen, Bjarne Riiser** (2005) "Kulturlooken". *Morgenbladet* 11.11.05 Tilgjengelig [09.03.06]: <http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20051111/BOKER/111110006&SearchID=73237155037290>
- Haagensen, Nils-Øivind** (2005a) "På Salingers stille vis". *Klassekampen*, 17.02.05. (Atekst)
- Haagensen, Nils-Øivind** (2005b) "Mini-essays på vaskeseddelen". *Klassekampen* 19.04.05 (Atekst)
- Jakobson, Roman** ([1960] 1978) "Lingvistikk og poetikk", i *Strukturalisme i litteraturvitenskapen*, A. Heldal og A. Linneberg (red.) Oslo: Gyldendal.
- Kirkeby, Willy** (1996) *Engelsk ordbok*. 2. utgave. Oslo: Kunnskapsforlaget
- Korsvold, Kaja** (2005) "Ragde fikk prisen". *Aftenposten*, 23.11.05. (Atekst)
- Krøger, Cathrine** (2005a) "Skikkelig kåt". *Dagbladet*, 29.10.05. (Atekst)
- Krøger, Cathrine** (2005b) "Kjedelig åndelig tøv". *Dagbladet*, 10.10.05. (Atekst)
- Kvalshaug, Vidar** (2006) "Bygger hemmelig skrivestue". *Nationen*, 05.01.06. Tilgjengelig [31.01.06]: <http://www.nationen.no/kultur/article1892870.ece>
- Larsen, Hege** (2005) "Bok-høstens vinner". *Dagens Næringsliv*, 23.11.05. (Atekst)
- Larsen, Martin Grüner** (2005) "Marg og bein" i *Syn og segn* nr. 3 2005 ss. 72-78.
- Larsen, Peter** (red.) (1999) *Medievitenskap bind 2: Medier - teksteori og tekstanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Lawrence, Eleanor** (red.) (2005) *Henderson's dictionary of biology*. 13th ed. Harlow, England: Pearson/Prentice Hall.
- Lindqvist, John Ajvide** (2005) *La den rette komme inn*. Oslo: Damm
- Løvaas, Kari** (2005) "Løp mot døra og bli fri". *Morgenbladet*, 04.11.05. Tilgjengelig [10.01.06]: <http://www.morgenbladet.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20051104/BOKER/111040007&SearchID=73237949152590>
- Macksey, Richard** (1997) "Foreword", i Genette, Gérard *Paratexts: thresholds of interpretation*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Maclean, Marie** (1991) "Pretexts and Paratexts: The Art of the Peripheral" i *New Literary History*, Vol. 22, No. 2, Probing: Art, Criticism, Genre (Spring 1991), ss.273-279
- Mars-Jones, Adam** (2005) "Now there's a thought". *Guardian Unlimited*, 19.06.2005. Tilgjengelig [28.02.05]: <http://books.guardian.co.uk/reviews/generalfiction/0,6121,1509075,00.html>
- Michau, Josephine Jan** (2005) "I'm like you Mm - I like you" Tilgjengelig [18.01.06]: www.ninabeier.dk
- Myhre, Tove** (2005) "Kåthet uten glede". *Nordlys*, 28.11.05. (Atekst)
- Nilssen, Olaug** (2003-2006) *Eit eige rom med utsikt - Bloggen til Olaug*. Tilgjengelig [18.01.06]: <http://olaug.skoddeheimen.no/>
- Nilssen, Olaug** (2005) *Få meg på, for faen: Roman*. Oslo: Samlaget.
- Norvin, Kjell, Peter Haars og Tor Bjerkmann** (2002) *Bokens ansikt: Norske bokomslag i 100 år*. Oslo: Press.
- Petersen, Anja Bechmann** (2003) "Internettet og mediebegrebet: Internettet i et mediegenealogisk og medietypologisk perspektiv", Humanistiske Fakultet, Århus Universitet, Århus.
- Ragde, Anne Birkefeldt** (2004) *Berlinerpoblene*. Oslo: Oktober.
- Ragde, Anne Birkefeldt** (2005) *Eremittkrepsene*. Oslo: Oktober.
- Rem, Tore** (2003) "Å bade med bøker: om fjernsynets litteraturdekning". *Forfatteren* 1.03 ss.5-9.
- Rønning, Tone** (2005) "Advarsel: Pinlig sex". *Bok - bilag til Dagbladet*, 27.10.05. (Atekst)
- Røssaak, Eivind** (2001) *(Sic): fra litteraturens randsone*. Oslo: Spartacus.
- Salinger, J. D.** ([1952] 1994) *Hver tar sin – så får vi andre ingen*. Oslo: Cappelen
- Salinger, J. D.** (2005) *The Catcher in the rye – Redderen i rugen*. Oslo: Cappelen.
- Skretting, Kathrine** (2006) "Humor i reklame" i Kjus, Yngvar og Birgit Hertzberg Kaare (red.) *Humor i mediene*. Oslo: Cappelen.
- Solhjell, Dag** (2001) *Formidler og formidlet - en teori om kunstformidlingens praksis*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Stalsberg, Tom** (2005) "12 runder poesi i skyggen av frukthagen". *Bok - bilag til Dagbladet*, papirutgaven. 27.10.05, s. 10.
- Stanizek, Georg** (2005) "Texts and paratexts in Media" i *Critical Inquiry*, Vol. 32, No. 1, (Autumn 2005), ss. 27-42
- Todd, Richard** (1996) *Consuming fictions: the Booker Prize and fiction in Britain today*. London: Bloomsbury.
- Tusvik, Sverre** (1994) *Bestseljarar*, KULT's skriftserie ; nr. 21. Oslo: Norges forskningsråd.
- Yampbell, Cat** (2005) "Judging a Book by Its Cover: Publishing Trends in Young Adult Literature" i *The Lion and the Unicorn* vol. 29, No. 3, Back to books (September 2005), ss.348-372

Økland, Einar (1996) *Norske bokomslag 1880-1980*. Oslo: Det Norske Samlaget

Østbye, Helge m.fl. (1997) *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Årets bøker. (2005) Oslo: Den norske Bokhandlerforeningen og Den norske Forleggerforeningen.

NETTSTEDER

“Anne B. Ragde tildelt Bokhandlerprisen” - Pressemelding 22. november 2005. Tilgjengelig [10.01.06]:
<http://www.oktober.no/presse/051122.html>

“Bøker og lesere - en markedsundersøkelse 2000” – Pressemelding fra Den Norske Forleggerforening (dato for publisering ikke kjent). Tilgjengelig [12.11.05]:
http://www.forleggerforeningen.no/presse_munders.htm

”Kritikarros til Olaug Nilssen” Tilgjengelig [16.01.06]:
<http://www.samlaget.no/artikkel.cfm?path=18&id=678>

“Litterær Palimpsest – Haugen Boks omtale” Tilgjengelig [16.02.06]:
<http://www.haugenbok.no/visverk.cfm?tt=1&cid=135879>

”Løsningen på Madonna-gåten” katalogtekst Tilgjengelig [15.05.06]:
<http://cappelen.no/main/katalog.aspx?f=5&isbn=8202262941>

“Madonna-gåten” Tilgjengelig [12.12.05]: <http://www.madonnagaten.no/>

“Madonna-gåtens adventsquiz” Hyperlenke tilgjengelig [12.12.05] fra
<http://cappelen.no/main/katalog.aspx?isbn=8202249120&f=1003>

“Nina Beier: I Like My Friends” Tilgjengelig [18.01.06]:
<http://www.veer.com/products/cddetail.aspx?image=FSP0045000&page=1&origPage=2>

“Orklamuffens” Tilgjengelig [12.12.05]: <http://www.orklamuffens.no/>

“The Catcher in the rye” katalogtekst. Tilgjengelig [17.10.05]:
<http://cappelen.no/main/katalog.aspx?isbn=8202238293&f=1001>

“The DaVinci Code” Tilgjengelig [28.02.06]: <http://www.randomhouse.com/doubleday/davinci/>

“Utfordrende lesning” Tilgjengelig [09.12.05]: http://www.damm.no/skjoennlitteratur_voksne
www.bokhandlerforeningen.no [10.01.06]

www.brageprisen.no [10.01.06]

www.themanbookerprize.com [10.01.06]

www.cappelen.no [16.01.06]

www.zahir.no [27.02.06]

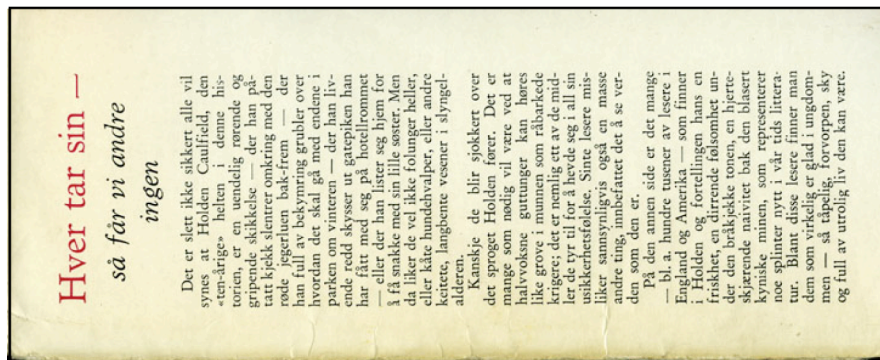
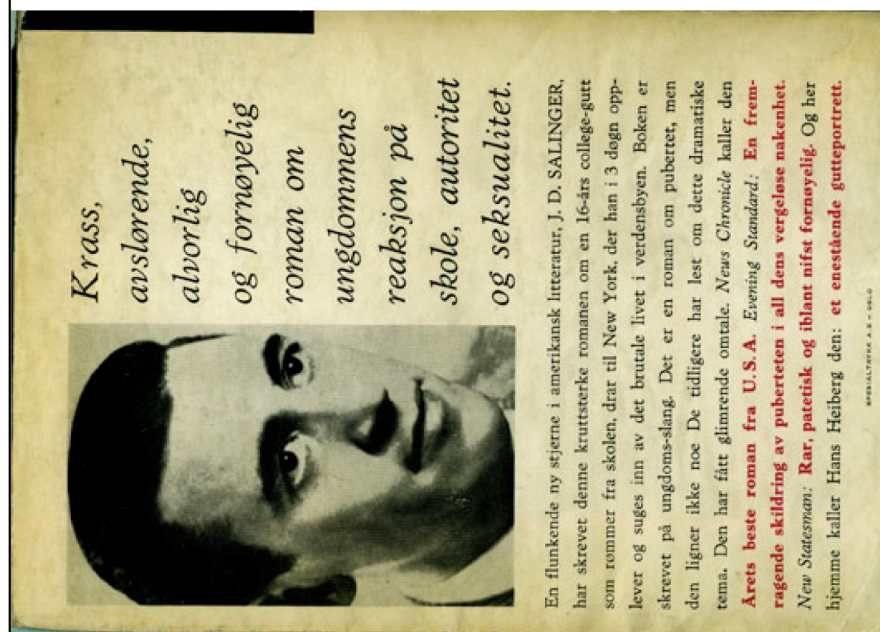
http://iasl.uni-muenchen.de/rezensio/liste/Niehaus3050037628_1044.html [28.02.06]

FIGURER

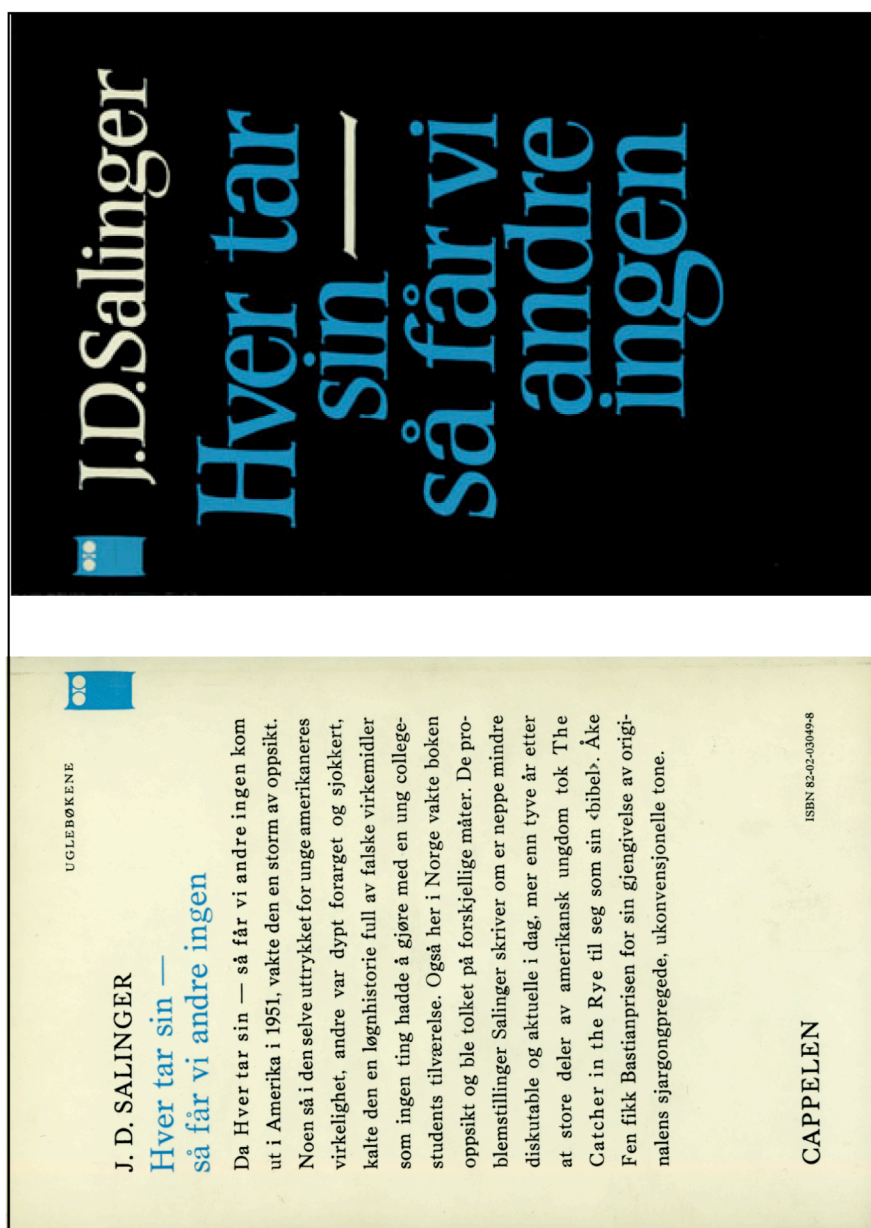
1. Omslag *The Catcher in the rye*, Cappelen 2005
2. Omslag *The Catcher in the rye*, Cappelen 1952
3. Omslag *The Catcher in the rye*, Cappelen 1974
4. Omslag *Få meg på, for faen*, Samlaget 2005
5. Omslag *Eremittkrepsene*, Oktober 2005
6. Omslag *Berlinerpoplene*, Oktober 2004
7. Bragelogo, tilgjengelig [28.02.06] <http://www.brageprisen.no/>
8. Fotografi av vindusutstilling med *Eremittkrepsene* med Bokhandlerprisen-banner, Tanum Karl Johan 22.12.05.
9. Reklame for serien "Utfordrende lesning" på Damms nettsider, http://www.damm.no/skjoennlitteratur_voksne [09.12.05]
10. Omslag *La den rette komme inn*, Damm 2005
11. Forfatterportrett John Ajvide Lindqvist i *La den rette komme inn*, Damm 2005
12. Omslag *Zahir*, Bazar 2005
13. Fotografi av t-banereklame for *Zahir*, 07.12.05
14. Omslag *Madonna-gåten*, Cappelen 2005



Figur nr. 1: Omslag The Catcher in the rye, Cappelen 2005



Figur nr. 2: Omslag The Catcher in the rye, Cappelen 1952



Figur nr. 3: Omslag The Catcher in the rye, Cappelen 1974

106



Figur nr. 5: Omslag Eremittkrepsene, Oktober 2005

Om *Berlinerpaplene* [2004]

«en knakende velskrevet, følelsesroman som fortjener å bli en bestselger ... en av disse sjeldne bøkene man ugenere følger fra seg, som gjør at man er villig til å lese resten av forfatterens enkle og enkle prosa ...» (Dagbladet)

«den går med dem ... Ragde demonstrerer en profesjonalitet som de færreste norske romanforfattere kan konkurrere med»

DAGENS NÆRSKILV

«en velskrevet, medrivende og fremfor alt sjarmende roman ... *Berlinerpaplene* er hennes best gjennomførte roman til nå» (Aftenposten)

«Treffer blink ... Opslukende og grotesk om homset, griser og bondsk taulset ... Gjennom et elegant veksende perspektiv får vi innblikk i de ulike skjebnene, der profitt Ragde tar utvungne svop innom griserøkt og begravelsessituater, homsetetikk og hundepsykologi ... Det er nettopp kretsen rundt det som ikke sies, som gjør denne krimaktige boka svært oppslukende»

DAGBLADET

«Uhyggelig drama med Duinsk anslag ... Meking, følelsessterk, generasjonsroman ... Ragde har skrevet en spennende, uhyggelig, men likevel oppbyggelig roman i all sin medmenneskelighet»

ADRESSEAVISEN

«Anne B. Ragde legger for dagen en helt særegen erve til å male ut miljøet, lyndager og mennesket i dem som gjør sterkt inntrykk på oss ... Det er lett å falle til ro i denne fortellingen om tilhørighet på godt og vondt» (NRK, BOKTILSYNET)

ANNE B. RAGDE | Eremittkrepsene

FORLAGET OKTOBER

– Jeg trodde du ville. Helt siden jul, da mor døde.
– Jeg vet jo ikke, sier jeg! Ikke nå, i hvert fall. Kanskje siden.
– Jeg må vite det, at du vil, at det er for noe. Ellers er det ingen vis. Det går ikke rundt her. Du må tenke på det. Du er odelssjente.
– Odelssjente. Hah! Hva skulle jeg gjøre med det, da? Selge leiligheten min i Oslo og investere her, liksom? Nå?
– Ja.

TORUNN NESHOV er syvogtredve og må for første gang forholde seg til familien på farsiden, da farmoren hennes dør. Faren Tor driver slettsgården på Byntset utenfor Trondheim. Han er den eldste av tre brødre.

Plutselig er Torunn blitt odelssjente, mens hun har bygd opp sitt eget liv i Oslo. Margido, den mellomste av Neshov-brødrene, som driver et lite begravelsesbyrå i Trondheim, slites mellom gudstro og tvil og en pågående enkefrue. Yngstemann Erlend, en renommert vindusdekoratør bosatt i København med sin mannlige samboer, står også foran viktige livsvalg.

Med EREMITTKREPSENE har Anne B. Ragde skrevet en drivende roman der livet blir snudd på hodet for de personene vi ble kjent med i romanen *Berlinerpaplene*. De gjør så godt de kan, men er blodband og vilje tilstrækkelig til å samle slekten? Hvor sterke er båndene mellom disse menneskene som nesten ikke kjenner hverandre?



«Ikke et kjedelig øyeblikk ... Anne B. Ragdes bøker er alltid spennende å åpne og *Berlinerpaplene* er intet unntak. Hun har utviklet en fin erve til å beskrive vanlige folks kanter, sære vinkler og gal-skaper, slik at deres liv blir spennende for leseren ... Særet og spennende om ulike familierelater, skilte mannfolk og griseføls» VG



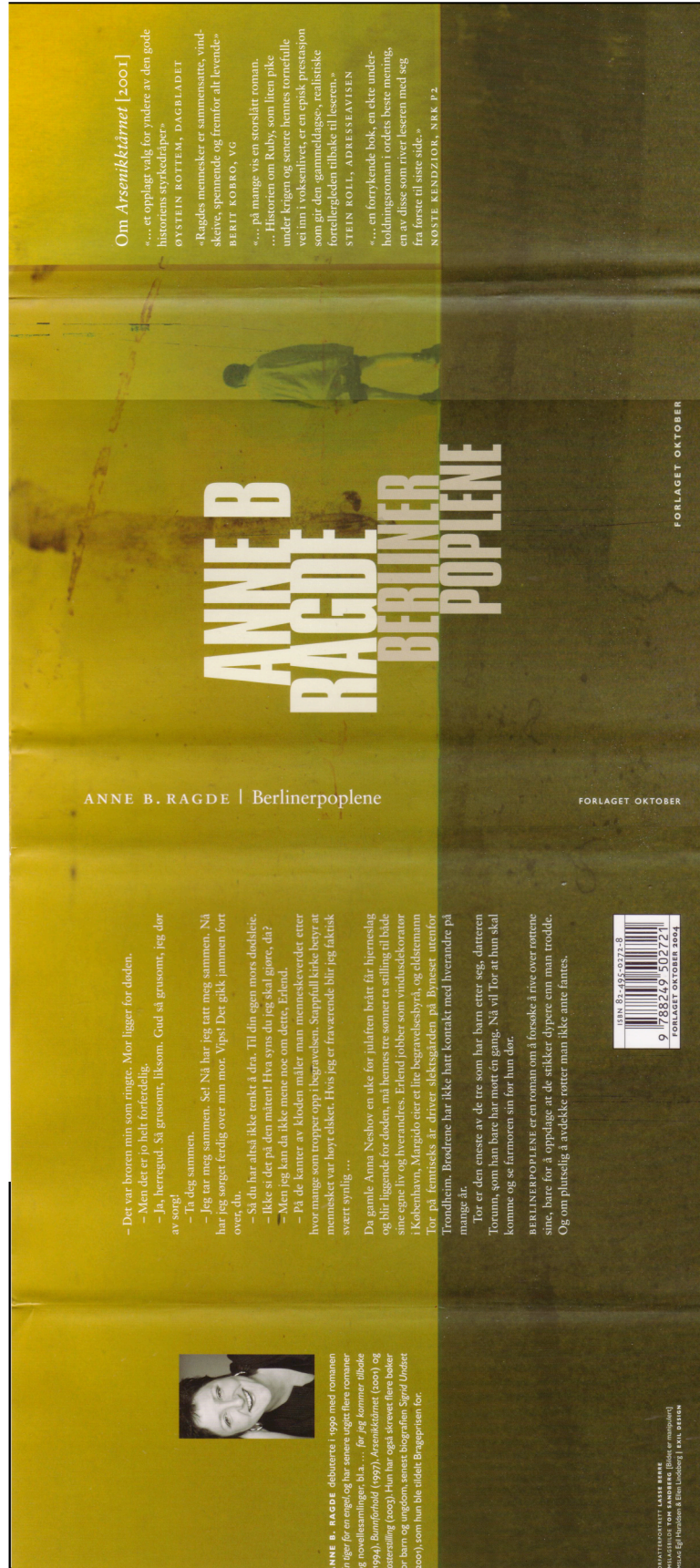
«En trondensk skitneredning ... Foreneste til Ragde i dette er at ho greier å løfte denne kurv-daglige trusselen opp til et generelt og globalt nivå. Det blir en nær følelse av at det er noe som er på kanten av det som er, og det er noe som er på kanten av det som er. Det er klart sett og godt og levende skildret» DAG OG TID

«Forfatteren smelter fram og tilbake i historien som en henrykt friløse» FINN-ERIK VINJE

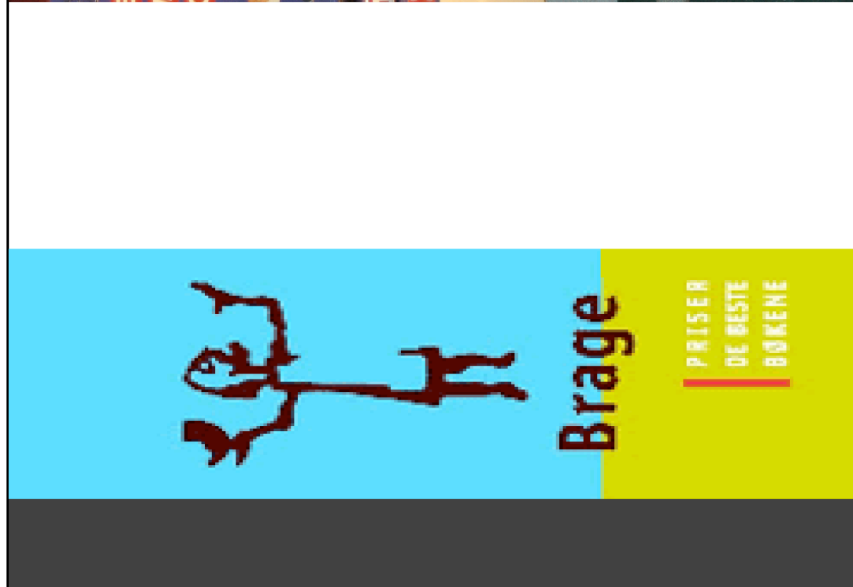


ANNE B. RAGDE debuterte i 1999 med romanen *En speil for en speil* og har senere laget flere romaner og noveller. Hennes bøker er blant annet: *For jeg kommer tilbake* (1994), *Barnet* (1997), *Aranskåret* (2001) og *Fosterstilling* (2003). Hun har også skrevet flere bøker for barn og ungdom, senest biografien *Sigrid Undet* (2001), som hun ble tildelt Brageprisen for. I 2004 kom den krillmørste romanen *Berlinerpaplene*, som ble tildelt Riksmålsprisen.

FORFATTERSINNET: Carsten Ollerup. Tegner: Omslagsskjema & design: Sgr. Hordtun & Søn. Utgitt i Oslo, 2005.



Figur nr. 6: Omslag Berlinerpøplene, Oktober 2004



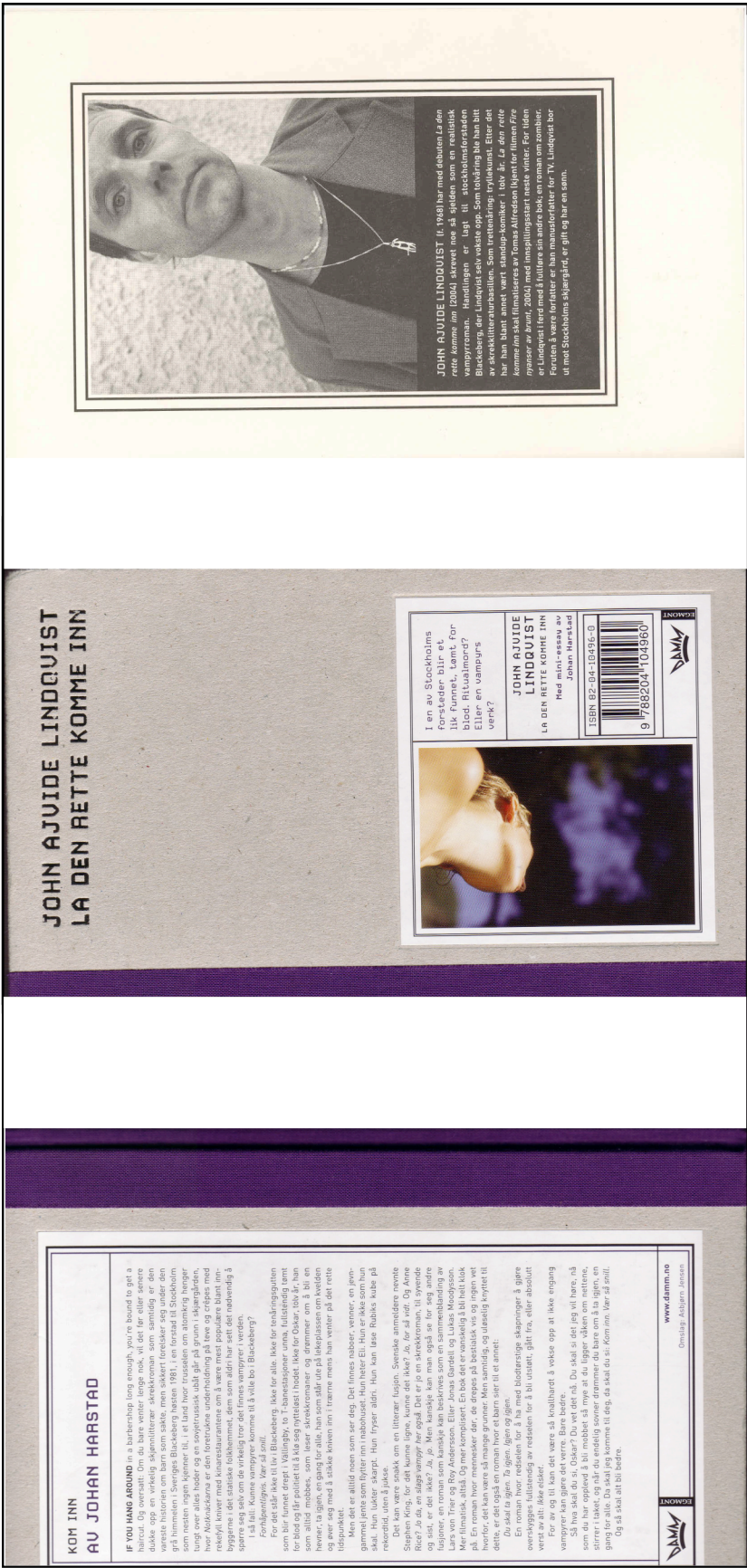
Figur nr. 7: Brage logo
www.brageprisen.no



Figur nr. 8: Eremitikkrepene, vinner av Bokhandlerprisen 2005

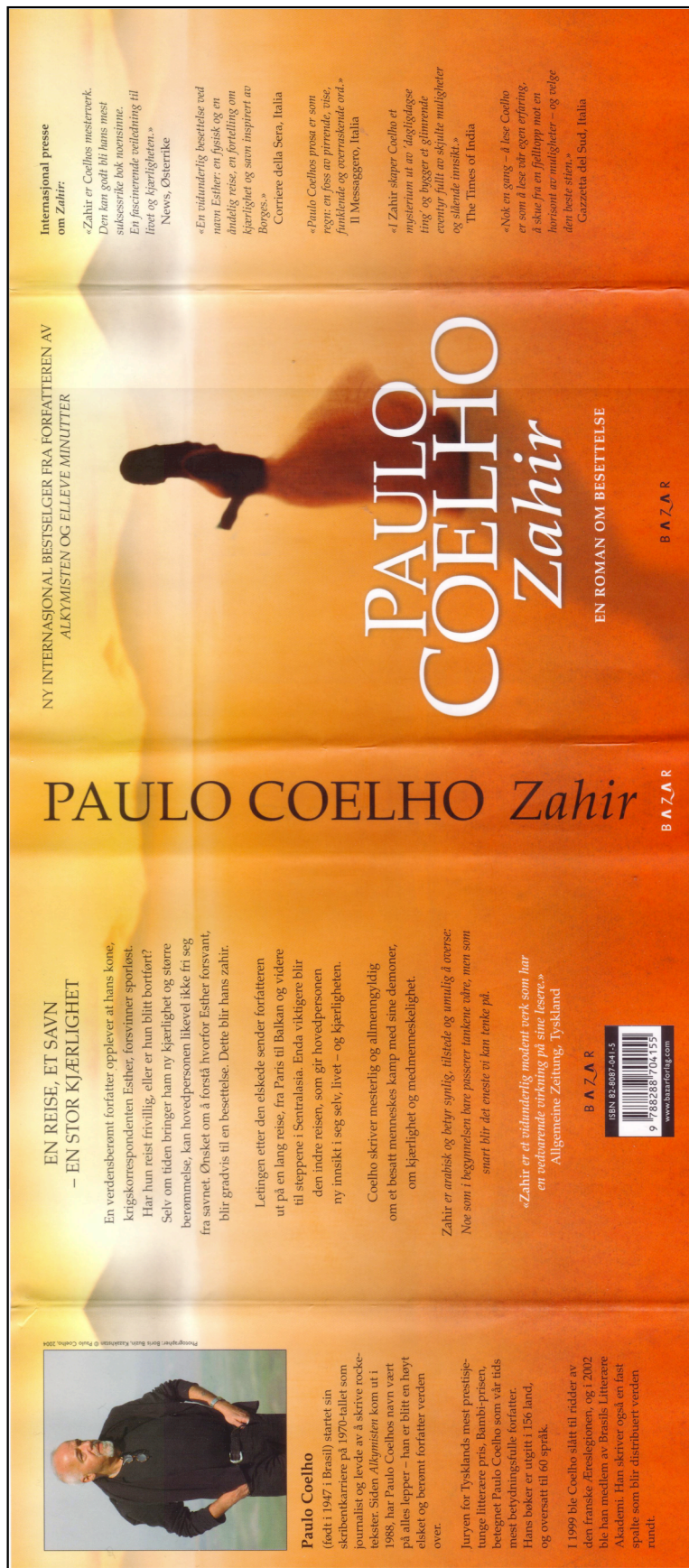


Figur nr. 9: "Utfordrende lesning" www.damm.no 09.12.2005



Figur nr. 10: Omslag La den rette komme inn, Damm 2005

Figur nr. 11: Forfatterportrett John Ajvide Lindqvist i La den rette komme inn.



Figur nr. 12: Omslag Zahir, Bazar 2005

Ny internasjonal bestselger fra forfatteren av Alkymisten og Elleve minutter

'Coelho tar oss med på en ferd der konvensjonenes slår rives vekk for å avdekke den egentlige virkeligheten. Den vi alle bærer inni oss, men så sjelden tør å tro på.' ELLE

'...ett vidunderlig modent verk ...' ALLGEMEINE ZEITUNG

'Intet mindre enn en liten perle av en bok, den som til gjengjeld setter store spor hos den som leser den. Denne boken gjør noe med deg.' COSMOPOLITAN

'...et forunderlig enkelt språk. Bedre gaver til din elskede kan du neppe finne.' FEMINA, DANMARK

PAULO COELHO
Zahir
EN FORTÅLLING OM KJØRTETTELSE

Nå 55 000!

OPPLAG 300 000

OPPLAG 40 000

Illustrasjon: 1. bokklubben Nye Bøker

B A Z A R
www.bazarforlag.com

EN 14 20 6- 'Brov også

Figur nr. 13: Reklame Zahir, t-banen 22.12.05



Figur nr. 14: Omslag Madonna-gåten, Cappelen 2005